



**University of
Zurich^{UZH}**

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2015

**Digitale Senioren. Nutzung von Informations- und
Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der
Schweiz im Jahr 2015**

Seifert, Alexander ; Schelling, Hans Rudolf

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-116078>

Monograph

Published Version

Originally published at:

Seifert, Alexander; Schelling, Hans Rudolf (2015). Digitale Senioren. Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz im Jahr 2015. Zürich: Pro Senectute Verlag.

STUDIE

DIGITALE SENIOREN

NUTZUNG VON INFORMATIONEN- UND
KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN (IKT)
DURCH MENSCHEN AB 65 JAHREN
IN DER SCHWEIZ IM JAHR 2015.

Institut

Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich

Autoren

Alexander Seifert

Hans Rudolf Schelling

Herausgeberin

Pro Senectute Schweiz

Mai 2015



Universität
Zürich^{UZH}

IMPRESSUM

Studie

DIGITALE SENIOREN

Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)
durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz im Jahr 2015.

INSTITUT

Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich

AUTOREN

Alexander Seifert (Studiendurchführung und Bericht)

Hans Rudolf Schelling (Studienleitung)

HERAUSGEBERIN UND VERTRIEB

Pro Senectute Schweiz

Lavaterstrasse 60

8027 Zürich

Telefon: 044 283 89 89

E-Mail: info@pro-senectute.ch

Internet: www.pro-senectute.ch

PUBLIKATION

Mai 2015

GESTALTUNG UMSCHLAG

Komplizen GmbH Agentur für Werbung, Emmenbrücke

DRUCK UND BINDUNG

Stämpfli AG, Bern

© Pro Senectute Schweiz

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	6
1 Einleitung	7
2 Kontext: Neue Technologien im Alltag älterer Menschen	9
2.1 Techniknutzung im Alter	10
2.2 Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien	11
2.3 Internet-Nutzungsstatistik bei älteren Personen	12
2.3.1 Schweiz	12
2.3.2 Vergleichszahlen Europa	14
3 Erhebungskontext: Erste schweizweite Studie zur IKT-Nutzung im Alter in der Schweiz aus dem Jahr 2009	16
4 Fortsetzungsstudie 2014	18
4.1 Grundidee und Ausrichtung	18
4.2 Ziele und Fragestellungen der Studie	19
4.3 Methodik der Studie	20
4.3.1 Empirisches Vorgehen und Erhebungsdesign	20
4.3.2 Erhebungsinstrument	21
4.3.3 Grundgesamtheit und Stichprobe	22
4.3.4 Durchführung und Rücklauf	22
4.3.5 Merkmale der realisierten Stichprobe	23
4.3.6 Datengrundlage für den Jahresvergleich	25
5 Deskriptive Ergebnisse	26
5.1 Allgemeine Technikeinstellung und Mediennutzung im Alter	26
5.1.1 Allgemeine Einstellung zu Technik	26
5.1.2 Gerätebesitz und Mediennutzung	27
5.1.2.1 Analoges und Digitales Fernsehen	27
5.1.2.2 Radio	28
5.1.2.3 Tageszeitungen und Briefe	28
5.1.2.4 Festnetztelefon, Mobiltelefon	29
5.1.2.5 Computer und Laptop	30
5.1.2.6 Tablet-Computer und Smartphone	31
5.1.3 Ansprechpersonen bei Problemen mit elektronischen Geräten	32

5.2 Internetnutzung in den letzten sechs Monaten: „Onliner“ und „Offliner“	33
5.2.1 Aktuelle Internetnutzung	33
5.2.2 Internetnutzung im Zeitvergleich	35
5.3 Merkmale der Onliner und Offliner	37
5.3.1 Funktionen, Bedürfnisse, Motive und Nutzen	38
5.3.1.1 Elektronische Geräte im Haushalt	38
5.3.1.2 Nutzung einseitiger und interaktiver Medien	39
5.3.1.3 Nutzungsort	39
5.3.1.4 Genutzte und interessante Internetanwendungen	40
5.3.1.5 Zukünftige Nutzungsabsichten	42
5.3.2 Einstellungen	43
5.3.2.1 Einstellungen zu Technik	43
5.3.2.2 Einstellungen und Meinungen zum Internet	45
5.3.3 Befürchtungen und Ängste	48
5.3.3.1 Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung	48
5.3.3.2 Soziale Teilhabe durch Internetnutzung	51
5.3.4 Ressourcen und Kompetenzen	52
5.3.4.1 Bildung und Einkommen als Ressourcen	52
5.3.4.2 Räumliche Ressourcen (Region)	53
5.3.4.3 Computernutzung vor dem AHV-Alter	54
5.3.4.4 Zeitraum der Internetnutzung	55
5.3.4.5 Kompetenzen im Umgang mit dem Internet	56
5.3.5 Soziales Umfeld und Unterstützung	57
5.3.5.1 Internetnutzung des sozialen Umfeld	57
5.3.5.2 Soziale Unterstützung	57
5.3.6 Gesundheit und Selbständigkeit	58
5.3.6.1 Gesundheitseinschätzung	58
5.3.6.2 Einschätzung zur eigenen Selbständigkeit	59
5.3.6.3 Aussagen zum eigenen Alter	60
6 Mobile Internetnutzung im Alter	62
6.1.1.1 Mobiles Nutzungsverhalten	62
6.1.1.2 Merkmale der mobilen Onliner	63
6.1.1.3 Anwendungsbereiche	64
6.1.1.4 Bedeutung der mobilen Smartphone-Nutzung für den Alltag	66
6.1.1.5 Eigenschaften der mobilen Endgeräte im Vergleich	67

7 Einfluss der Internetnutzung auf die Alltagsgestaltung	69
8 Typologie der Einstellungen zum Internet	72
9 Einflussfaktoren auf die Internetnutzung	76
9.1 Erklärende Faktoren der Internetnutzung	76
9.2 Erklärende Faktoren der mobilen Internetnutzung (Onliner)	79
10 Fazit zum Vergleich der Erhebungen 2009 und 2014	82
11 Exkurs: Onliner- und Offliner-Typen	85
12 Exkurs: Mögliche Massnahmen	87
13 Schlussbemerkungen	91
Literaturverzeichnis	93
ANHANG: Fragebogen	96

Management Summary

Ausgangslage

Informationen und Kommunikationsangebote konzentrieren sich immer mehr auf neue Medien wie das Internet. Seit 1997 ist die mindestens gelegentliche Nutzung des Internets stetig gestiegen. Während die Altersgruppen bis 64 Jahre in diesem Zeitraum einen starken Anstieg aufweisen, bleibt die intensive Nutzung der Altersgruppe ab 65 Jahren etwas zurück. Aus diesem Hintergrund heraus und mit dem Interesse, mehr von der Personengruppe hinsichtlich ihrer IKT-Nutzung zu erfahren, initiierte Pro Senectute Schweiz erstmals 2009 eine repräsentative Befragungsstudie. Nunmehr fünf Jahre später ergeben sich weiterhin offene Fragestellungen zum Thema. Mit dem Interesse der weiteren Erforschung, insbesondere auch zu Fragen der mobilen Internetnutzung und des Jahresvergleichs der allgemeinen Nutzungszahlen, gab Pro Senectute Schweiz 2014 eine Fortsetzungsstudie in Auftrag.

Methode

Mittels einer repräsentativen telefonischen und postalischen Erhebung in der gesamten Schweiz wurden bei insgesamt 1037 älteren Personen ab 65 Jahren Informationen zu ihrer Person, ihrem Internetnutzungsverhalten und ihren Einstellungen zum Internet erhoben. Es konnten sowohl Personen befragt werden, die das Internet nutzen, als auch Personen, welche das Internet nicht selber nutzen.

Ergebnisse

60 % der befragten Personen gaben an, das Internet zu nutzen, und 40 % gaben an, das Internet nicht zu nutzen. Dies bedeutet einen starken Anstieg von 47 % zur ersten Erhebung 2009. Die Onliner und die Offliner unterscheiden sich statistisch bedeutsam hinsichtlich folgender soziodemografischer Merkmale: Alter, Bildung, Einkommen und teilweise Geschlecht. Neben diesen Merkmalen ist es vor allem die eigene Technikbiographie, die Technikaffinität und der Computerbesitz, der die Internetnutzung bedingt. Darüberhinaus haben sich die empfundene Nützlichkeit, die positive Einstellung zum Internet und die empfundene Leichtigkeit der Internetnutzung als wichtige Erklärungsfaktoren herausgestellt. Demzufolge nutzt eine Person eher das Internet, wenn sie einen Nutzengewinn darin sieht, positiv dem „Neuen“ gegenüber steht und die Nutzung geringe Hindernisse aufweist.

Innerhalb der aktuellen Befragungsstudie konnte erstmals auch die Nutzung von Smartphones und Tablet-Computern sowie die Verwendung des mobilen Internets erforscht werden. 1/3 der befragten Personen besitzen ein solches mobiles Gerät und nutzen dies auch für das mobile Internet. Die Personen, welche das mobile Internet nutzen, gehören hauptsächlich der Gruppe der „Intensivnutzer“ an, dies bedeutet, sie nutzen nicht nur den klassischen Computer fast täglich, sondern auch die mobilen Endgeräte, um damit ins Internet zu gehen. Bei der mobilen Internetnutzung spielt vor allem der proximale Nutzen und die Technikaffinität für die Erklärung der Nutzung eine Rolle.

Die Befragungsstudie konnte auch zeigen, dass das Internet für einige der Onliner ein wichtiger Bestandteil für die Alltagsbewältigung ist. Sie sehen das Internet als Ressource, um im Alter länger selbstständig zu leben.

Schlussbemerkung

Auch wenn in Zukunft eine weitere Annäherung der Nutzungszahlen zwischen den Generationen zu erwarten ist, ist dennoch davon auszugehen, dass es immer einen Nutzungsunterschied bei neuen Technologien zwischen der älteren und der jüngeren Bevölkerung geben wird.

1 Einleitung

Die Vorstellung einer technologisierten Gesellschaft ist längst nicht mehr Science Fiction, sondern Realität. In fast allen Lebensbereichen haben sich moderne Informations- und Kommunikationstechnologien¹ als nicht mehr wegzudenkende Hilfsmittel verbreitet. Gerade die jüngeren Generationen leben in dieser digitalisierten Lebenswelt des World Wide Webs oder des Smartphones. Anders ist es bei älteren Menschen, die mit diesen neueren Techniken nicht gross geworden sind und weniger Berührungspunkte damit haben. Auch fehlt einigen älteren Menschen neben den Kompetenzen zur Nutzung auch das Interesse oder sie sehen keinen direkten Vorteil in der Anwendung.

Angesichts der raschen Verbreitung der Informations- und Kommunikationstechnologien in der Arbeit, aber auch im Freizeit- und Privatbereich ergeben sich vielfältige Berührungspunkte mit diesen Technologien. Neue elektronische Technologien sind ein wichtiges Zukunftsthema, das sich angesichts des Potenzials der verfügbaren technischen Möglichkeiten aufdrängt, das aber gleichzeitig eine Reihe gerontologischer Fragen aufwirft. In der Forschung und Praxisentwicklung geht es daher um eine Abstimmung zwischen technologischen Fortschritten und den Bedürfnissen älterer Menschen.

Das Internet, als ein wichtiges Beispiel der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), ist aus dem heutigen gesellschaftlichen und privaten Leben kaum noch wegzudenken. Obwohl dessen Nutzung zu Hause oder unterwegs allgegenwärtig ist, zeigen die aktuellsten Nutzungsstatistiken immer noch eine „digitale Spaltung“ der Generationen. Seit 1997 ist die Nutzung des Internets von rund 7 % der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren auf 86 % gestiegen (Bundesamt für Statistik, 2014). Während die Altersgruppen bis 69 Jahre in diesem Zeitraum einen ähnlich starken Anstieg aufweisen, bleibt die intensive Nutzung der Altersgruppe ab 70 Jahren zurück und betrug 2014 erst 44 % (ab 60 Jahren sind es 54 %²). Ältere Menschen sind also von der digitalen Spaltung, die potenziell eine gesellschaftliche Ausgrenzung mit sich bringen kann, besonders betroffen (vgl. Latzer 2013; Höpflinger & Van Wezemael 2014). Im europäischen Vergleich liegt die Schweiz bei der Internetnutzung im Alter im oberen Mittelfeld; demnach ist die Spaltung zwischen den Generationen auch ausserhalb der Schweiz beobachtbar.

Ältere Menschen unterscheiden sich nicht nur durch das biologische, soziale und psychologische Alter von jüngeren, sondern auch durch die Zugehörigkeit zu einer anderen Kohorte. Daher sind einerseits aktuelle individuelle Ressourcen als Voraussetzungen der Internetnutzung in den Blick zu nehmen, andererseits aber auch lebensgeschichtliche Erfahrungen.

Auch wenn zum Themenkomplex „Internet“ und „Internetnutzung“ mittlerweile zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen, Abhandlungen und Analysen erarbeitet wurden, nimmt das Thema der digitalen Spaltung zwischen den Generationen und speziell die Beschreibung der Internetnutzung bei älteren Personen einen sehr geringen Teil in der Forschungslandschaft ein. Es wird zwar viel zur aktiven Internetbeteiligung z. B. in sozialen Netzwerken geschrieben, jedoch wird dabei oft vergessen, dass bestimmte Personengruppen das Internet nicht nutzen. Zu ihnen gehören ältere Personen. In

¹ Der Begriff „Informations- und Kommunikationstechnologie“ etablierte sich etwa Mitte der 1990er-Jahre im deutschsprachigen Raum. Dabei umschreibt der Begriff „den Sachverhalt, dass Daten aller Art mit Hilfe artifizeller Konstrukte über eine zu überbrückende Entfernung ausgetauscht werden“ (Spiro, 2005, S. 12).

² Daten vom BFS (2014) von Net-Matrix-Base 2014-1

Europa existieren nur wenige Studien, in denen diese Personengruppen über ihre (Nicht-) Internetnutzung sowie ihre diesbezüglichen Meinungen, Bedürfnisse und Wünsche befragt wurden.

Der Umgang mit Technik und die Akzeptanz neuer Technologien bei älteren Personen soll in der durchgeführten Befragungsstudie vorwiegend anhand der Internetnutzung dargestellt werden. Das Internet als eine etablierte Alltagsanwendung, verstanden als technische Verbindung von unterschiedlichen Netzwerken für Informations- und Kommunikationszwecke, ermöglicht dem einzelnen Nutzer viele Verwendungsmöglichkeiten.

Es werden in dem vorliegenden Bericht die Ergebnisse der aktuellen Befragungsstudie (2015) zur Nutzung sowie zu möglichen Hemmnissen und Gründen der Nichtnutzung des Internets präsentiert. Die aktuellen Ergebnisse werden mit den Daten aus dem Jahr 2009 verglichen und zur Diskussion gestellt. Daneben wird der Fokus auch auf die mobile Internetnutzung gelegt und es werden aktuelle Ergebnisse hierzu präsentiert.

Es ergeben sich hieraus folgende Kernthemen des Untersuchungsberichts:

1. Kontextualisierung bisheriger Ergebnisse zur Internetnutzung im Alter
2. Technikeinstellung und -nutzung im Alter
3. Aktuelle Internet-Nutzungszahlen 2014 mit Beschreibung der Nutzerprofile und allfälliger Hemmnisse und Gründe der Nichtnutzung des Internets
4. Vergleich der Erhebungen 2009 und 2014
5. Mobile Internetnutzung im Alter
6. Multivariate Analysen zur Internetnutzung

2 Kontext: Neue Technologien im Alltag älterer Menschen

In annähernd allen Bereichen des Alltags spielt Technik heutzutage eine Rolle; sei es beispielsweise der Ticketautomat, der Computer oder in neuerer Zeit das Smartphone oder der Tablet-Computer. Durch die zunehmende Technisierung des Alltags erhöht sich teilweise auch die kognitive Kompetenz, welche die Anwenderin bzw. der Anwender für die Bedienung dieser Techniken mitbringen muss.

Im Verlauf des Alterns kann sich die individuelle Funktionsfähigkeit verändern, die ihrerseits die Nutzung von Technik einschränken bzw. erschweren kann. So können z. B. folgende Einschränkungsbereiche die Techniknutzung im Alter beeinflussen (vgl. z. B. Backes & Clemens 2013):

- Sehen
- Hören
- Physische Verfassung
- Kognitive Verfassung
- Persönliche Einstellungen zur Nutzung und personenbezogene Hemmnisse
- Personenunabhängige Gründe

Wird die Lerndynamik (vgl. z. B. Salthouse 1996; Krampe 2007; Lindenberger et al. 2011) bei älteren Menschen zusätzlich berücksichtigt, bedeuten die technologischen Veränderungen nicht nur ein „Neuerlernen“ im Alter, sondern unter Umständen ein „Erlernen“ unter erschwerten kognitiven Bedingungen. Dies führt dazu, dass neue Verhaltensweisen zeitintensiv neu erlernt werden müssen und ausserdem auch nicht immer eine hinreichende Motivation für die Auseinandersetzung mit Technik vorhanden ist, da sich die Personen zum Teil sagen „es lohnt sich ja nicht mehr in meinem Alter“³.

Bei einer einseitigen Betrachtung der Verluste beim Alternsprozess muss aber auch die Heterogenität der möglichen Einschränkungen betrachtet werden. Die Gruppe der älteren Menschen ab 65 Jahren ist nicht homogen, und mögliche Einschränkungen, z. B. der Sinne, können, müssen aber nicht auftreten. So besteht z. B. bei den individuellen Ressourcen nicht immer ein linearer Zusammenhang, indem im Alter bestimmte Bereiche (z. B. körperliche Kraft) stetig abgebaut werden. Vielmehr kann es zu Ab- und Zunahmen kommen, aber auch zu dynamisch stabilisierten Anpassungen.

Bezogen auf die reine Zeitachse lässt sich Alter als eine sehr einfache Variable abfragen: Wie alt sind Sie? Damit wird aber nur eine Seite des Faktors „Alter“ berücksichtigt. Neben dem chronologischen Alter gibt es ein subjektiv wahrgenommenes „Alter“. Die Angabe des Alters sagt noch nichts über die Person aus. Darüber hinaus ist das „Altern“ ein Prozess, in dem „Veränderungen von Ressourcen, Zielen und regulativen Aktivitäten“ stattfinden (Martin & Kliegel 2010, S. 28).

Aber wenn es das „typische Alter“ nicht gibt, warum interessiert uns dann das „Alter“ in Bezug auf die Techniknutzung und speziell die Internetnutzung? Weil es doch begründbare Muster der Alters-

³ Ähnliche Äusserungen und Beispiele hierfür wurden u. a. in der Untersuchung von Seifert und Schelling (2014) zum Erlernen von technischen Hilfsmitteln bei älteren Personen mit einer Sehbehinderung festgestellt.

Veränderungen von Ressourcen gibt, die eine Beschäftigung mit der Variable Alter in diesem Zusammenhang nötig machen. Hinzukommend interessiert das Alter bzw. das Geburtsjahr der Personen, um Kohorten zu bestimmen, die bei der Betrachtung von Technikerfahrungen und Technikbiografien berücksichtigt werden sollten.

Je nach Geburtskohorte können verschiedene sogenannte „Technikgenerationen“ (vgl. z. B. Claßen et al. 2014) voneinander unterschieden werden. Sackmann und Weymann (1994) unterscheiden z. B. die Frühtechnische Generation (Personen, die vor 1939 geboren wurden), die Generation der Haushaltsrevolution (Personen, geboren 1939–1948), die Generation der zunehmenden Haushaltstechnik (geboren 1949–1963) sowie die Computergeneration (geboren 1964–1978). Personen, die nach 1980 geboren wurden, beschreibt Prensky (2001) als „Digital Natives“. Heutige Personen ab 65 Jahren zählen daher eher zu den „Digital Immigrants“ (ebd.), da sie die digitalen Technologien wie den Computer oder das Internet erst im späteren Erwachsenenalter kennengelernt haben. Heutige ältere Menschen wurden durch analoge Massenmedien wie Fernsehen, Radio und Zeitungen sozialisiert; ihnen mag die digitale Welt fremdartig erscheinen.

2.1 Techniknutzung im Alter

Der technologisierte Lebensalltag lässt sich für junge Menschen nicht mehr wegdenken und „spielt [auch] für das Handeln und Erleben älterer Frauen und Männer eine immer bedeutsamere Rolle“ (Mollenkopf & Kaspar 2004, S. 194). Die allgegenwärtige Integration von technischen Arbeitsmitteln wie dem Computer im Berufsleben führt dazu, dass neue Fähigkeiten und Kompetenzen verlangt werden: „New technologies like computers alter skill requirements.“ (Friedberg 2001, S. 1). Kompetenzen im Umgang mit dem Computer und dem Internet sind auch für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sehr wichtig für die Ausführung ihrer Arbeit (Seifert 2013).

Aber gerade Generationen, die nicht mit diesen Technologien frühzeitig in Kontakt getreten sind, sehen sich oftmals einem Kompetenzdefizit gegenüber (vgl. Jakobs, Lehnen & Ziefle 2008). So geht Friedberg davon aus, dass ältere Mitarbeiter(innen) stärker von Veränderungen hinsichtlich neuer Technologien am Arbeitsplatz betroffen sind, da sie über weniger technische Grundkompetenzen verfügen. Sie selbst, aber auch ihre Arbeitgeber, möchten oft nicht viel Zeit in eine Weiterbildung investieren – gerade auch im Blick auf die noch zu leistende Arbeitszeit bis zur Pensionierung (Friedberg 2001, S. 2). Die Untersuchung von Seifert (2013) konnte daher auch aufzeigen, dass gerade ältere Personen sagten, dass sie sich mit neuen technischen Dingen im Berufsleben überfordert fühlen.

Im Privatleben hat der Computer im ähnlichen Ausmass wie im Berufsleben Einzug gehalten, und es gibt nur noch wenige Haushalte in der Schweiz ohne Computer⁴. Personen ab 65 Jahren besitzen dennoch im Vergleich zu jüngeren Generationen seltener einen Computer oder ein Mobiltelefon (siehe Abb. 1; vgl. Schelling & Seifert 2010; Wagner, Hassanein & Head 2010; Olsen et al. 2011). Anhand der Daten der Haushaltsbudgeterhebung (siehe Abb. 1) kann gezeigt werden, dass Personen ab 65 Jahren im Vergleich zu jüngeren Generationen seltener einen Computer im Haushalt haben, dass aber auch individuelle Fortbewegungsmöglichkeiten (Auto und Velo) ab 75 Jahren häufiger nicht mehr genutzt werden. Fernseh- und Radiogeräte hingegen gehören schon seit den 1980er Jahren zur Grundausstattung in Haushalten älterer Menschen (Doh 2012).

⁴ 85 % der Haushalte in der Schweiz im Jahr 2011 sind mit einem Computer ausgestattet (BFS 2014).

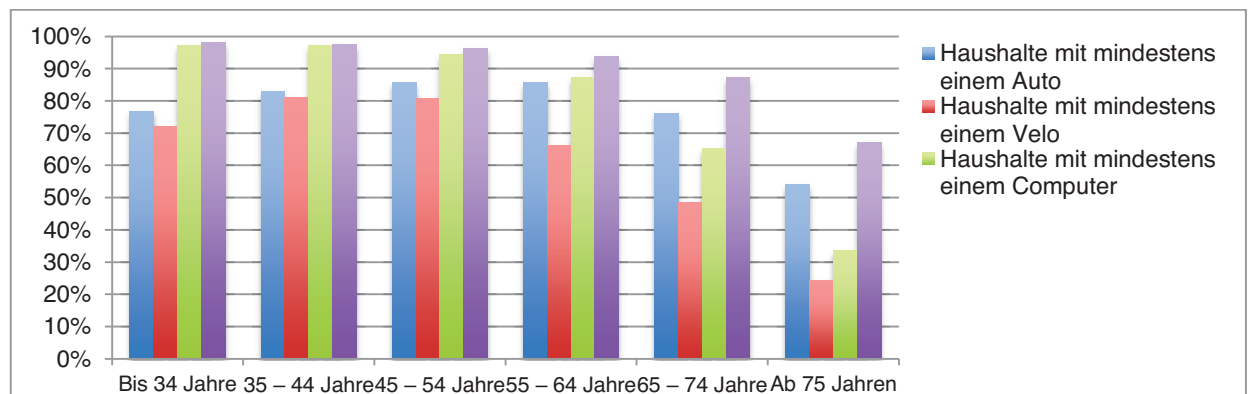


Abb. 1: Haushaltsinventar.

Quelle: eigene Darstellung nach Daten des Bundesamtes für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE), Daten von 2011. Anmerkung: Haushaltsinventar der Referenzperson (dasjenige Haushaltsmitglied, das am meisten zum Einkommen des Haushalts beiträgt).

Anhand von Daten zur Medienausstattung zwischen den Generationen in Deutschland (Glaßen et al. 2014, S. 119) kann gezeigt werden, dass Fernseher und Radios in allen Generationen ähnlich stark vertreten sind, jedoch neuere Technologien wie MP3-Player oder Smartphones deutlich seltener von der älteren Generation besessen werden. Interessant ist hierbei, dass der Fernsehkonsum bei Personen ab 60 Jahren höher ist als bei jüngeren Personengruppen, dafür der Internetkonsum aber deutlich geringer (ebd. S. 123; vgl. Best & Engel 2011). Gerade im höheren Alter (ab 80 Jahren) gewinnt das Fernsehen an medialer Zentralität (Doh 2011; Hartung 2012; Zoch 2009), auch weil durch die steigende Vulnerabilität und Zentrierung auf das nahe Umfeld die eigene Wohnung stärker zum Lebensmittelpunkt wird (vgl. Höpflinger 2009, S. 13; siehe auch Abb. 1 Rückgang der Fortbewegungsmittel). Dennoch zeigt sich auch hier, dass oftmals das Geburtsjahr (Kohorte) oder das Interesse entscheidend für die Medienausstattung ist und weniger das Alter (vgl. Best & Engel 2011; Kübler 2012).

2.2 Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien

Die Bedeutung und Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien hat in den letzten Jahren massiv zugenommen. Der Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien und die Akzeptanz mit dieser soll in dem vorliegenden Studienbericht anhand der Internetnutzung dargestellt werden. Das Internet als eine etablierte Alltagsanwendung, verstanden als technische Verbindung von unterschiedlichen Netzwerken für Informations- und Kommunikationszwecke, ermöglicht der einzelnen Nutzerin bzw. dem einzelnen Nutzer viele Verwendungsmöglichkeiten. Es sollen in den weiteren Unterkapiteln die wichtigsten Ergebnisse zur Nutzung des Internets kurz dargestellt werden, um den Studienbericht in einen bestehenden Forschungskontext zu stellen.

Es kann klar gesagt werden, dass das Internet die gesamte Gesellschaft und deren Kommunikationsgebaren nachhaltig beeinflusst hat bzw. beeinflusst und dies in Zukunft noch intensiver tun wird. Für die Sozialwissenschaften bedeutet dies, dass sich hier ein neuer Gegenstand der Beobachtung herausgebildet hat: "With every new communication technology, the field of social science is enriched by additional forms of social interaction and by the rise of new types of collective behavior and organization." (Geser 2002, S. 2). Dabei kann das Internet selbst, aber es können auch die sozialen Beziehungen und das Verhalten der Akteure durch das Medium Internet als Forschungsgegenstand beschrieben werden.

Das Medium Internet ermöglicht nicht nur die Kommunikation und den Informationsaustausch auf Distanzen, sondern schafft so auch eine eigene soziale Ordnung und einen neuen Raum, in dem Kommunikation abgehalten wird. Wie dieser neue Raum genannt werden kann, ist sicherlich noch diskussionswürdig, behelfsmässig könnten wir jedoch hier vom virtuellen oder gar digitalen Raum sprechen.

2.3 Internet-Nutzungsstatistik bei älteren Personen

Das Internet, als wichtiges Beispiel der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), ist aus dem heutigen gesellschaftlichen und privaten Leben kaum noch wegzudenken. Die Nutzung des Internets, die vorwiegend die Nutzung des Computers einschliesst, ist allgegenwärtig.

Die Nutzung des Internets ist weltweit verbreitet, dennoch lässt sich hier immer noch eine Spaltung zwischen verschiedenen entwickelten Ländern erkennen (siehe Abb. 2).

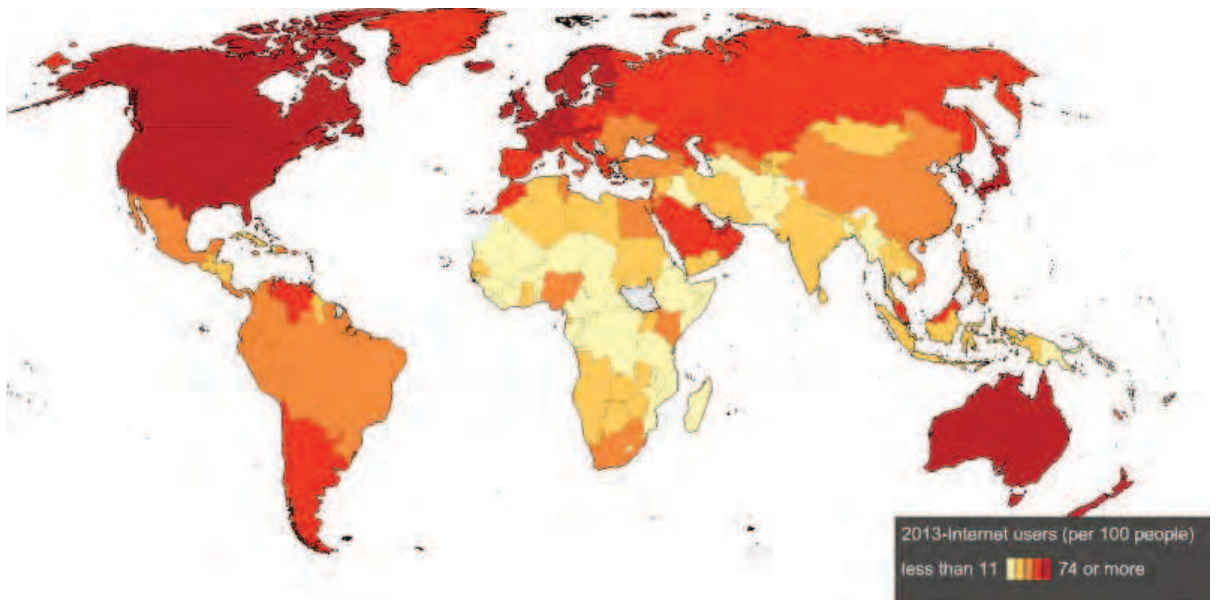


Abb. 2: Weltweite Anzahl der InternetnutzerInnen (pro 100 Personen)
Quelle: World Development Indicators, World Bank (2014).

Für Europa und der Schweiz können hohe Nutzungszahlen beobachtet werden (siehe untere Kapitel). Was bei dieser Betrachtung teilweise vernachlässigt wird, ist die Berücksichtigung der Bevölkerungsgruppen, die das Internet oder den Computer nicht nutzen. Dies sind bei der Internetnutzung vor allem ältere Personen.

2.3.1 Schweiz

In der Schweiz nutzen zwar mehr als 97 % der unter 30-Jährigen das Internet, aber nur 41 % der 70-Jährigen und älteren Menschen (Bundesamt für Statistik, 2014). Zwar ist die tatsächliche Anzahl der Internetnutzer(innen) in den letzten Jahren angestiegen, dennoch kann eine „digitale Spaltung“ (z. B.

Compaine 2001) zwischen den Generationen konstatiert werden (vgl. Latzer 2013). Indessen zeigt es sich auch, dass die Zahl der älteren Onliner⁵ zunimmt (siehe Abb. 3).

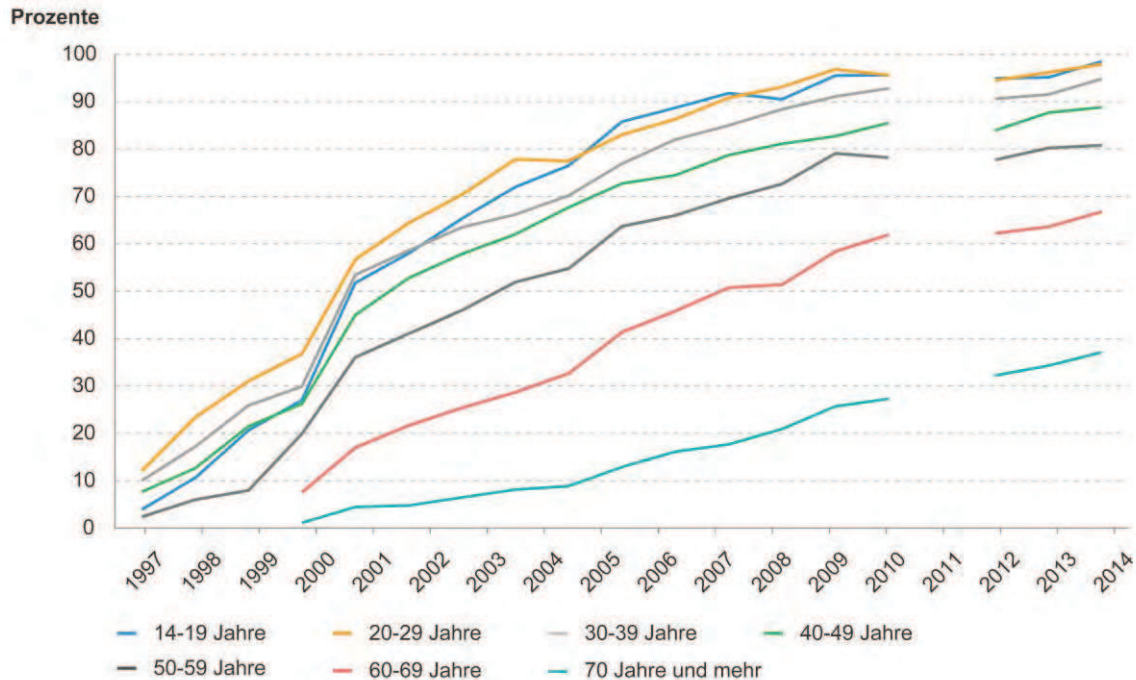


Abb. 3: Internetnutzung in der Schweiz nach Alter (Quelle: Eigene Darstellung nach: BFS 2014, MA-Net NetMetrix Base; Aufgrund der methodischen Anpassungen können die Studienergebnisse ab 2012 nicht mehr direkt mit früheren Studien verglichen werden; ein Vergleich mit Folgejahren ist hingegen möglich)

Die digitale Spaltung der Generationen bestätigt auch die repräsentative Schweizer Befragungsstudie aus dem Jahr 2009 (Schelling & Seifert 2010). Es konnte dort gezeigt werden, dass gerade in den Altersgruppen ab 75 Jahren das Internet seltener als von jüngeren Personen (65-74 Jahre) genutzt wird (siehe Abb. 4; vgl. auch Latzer 2013; Höpfliner & Van Wezemael 2014). Ein Ergebnis der Studie von Schelling und Seifert war, dass 38 % der Befragten ab 65 Jahren das Internet mindestens einmal in den letzten sechs Monaten genutzt hatten und 62 % dies nicht taten. Die starke Altersabhängigkeit der Internetnutzung zwischen den Generationen zeigt sich auch hier.

⁵ Unter dem Begriff „Onliner“ werden Personen gefasst, die das Internet nutzen. „Offliner“ werden Personen genannt, die das Internet nicht nutzen (entscheidend sind die letzten sechs Monate).

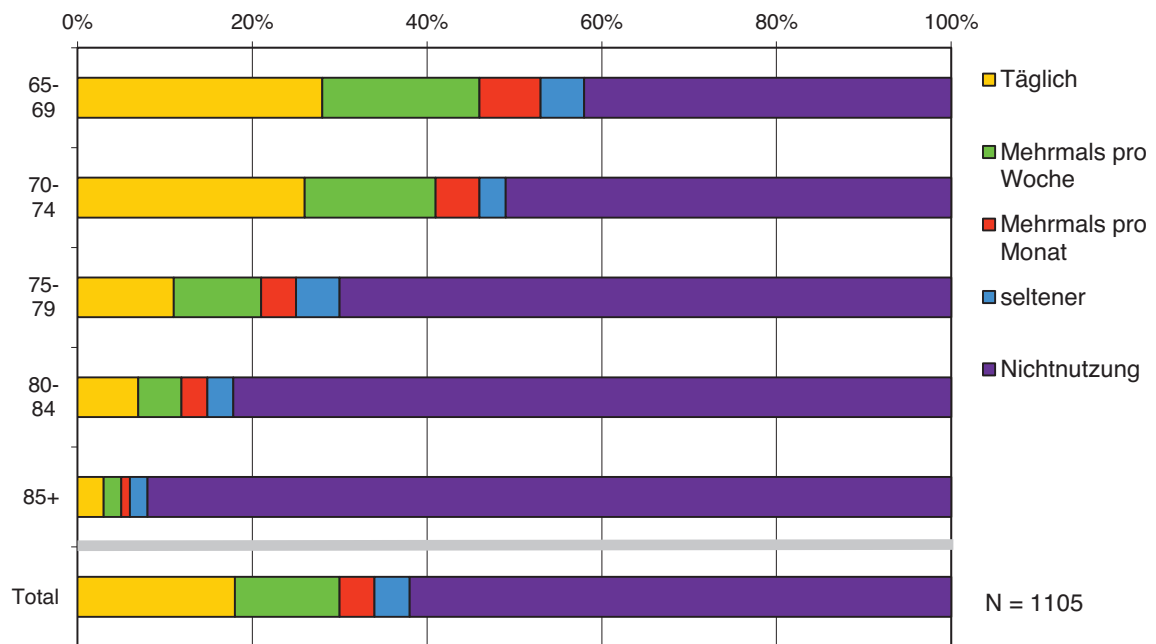


Abb. 4: Internetnutzung bei Personen ab 65 Jahren in der Schweiz (Quelle: Schelling & Seifert 2010)

2.3.2 Vergleichszahlen Europa

Die bereits beschriebene „digitale Spaltung“ zwischen den Altersgruppen lässt sich auch in anderen europäischen Staaten wiederfinden; die Nutzungsunterschiede sind damit kein ausschliessliches Schweizer Phänomen.

Die Schweiz liegt im europäischen Vergleich im oberen Bereich (siehe Abb. 5). Dies bedeutet, dass hier weniger Personen ab 65 Jahren das Internet noch nie selbst genutzt haben. Bei den Onlinernzahlen liegt die Schweiz über dem EU-Durchschnitt, aber hinter der Spitzengruppe aus den skandinavischen Ländern und den Niederlanden. Hier könnten finanzielle Ressourcen in den Haushalten für allfällige Internetanschlüsse und ein dementsprechendes Nutzungsverhalten erste Erklärungsideen liefern. Das Bundesamt für Statistik kommt in seiner ländervergleichenden Analyse zu dem Fazit, dass „sich die Schweiz in einer guten Position befindet“ (BFS 2012, S. 59).

Die in der Schweiz zu beobachtende Zunahme der Internetnutzung über die Jahre hinweg kann auch in den europäischen Ländern konstatiert werden. Hier zeigt die Entwicklung seit 2007, dass die generelle Nutzung innerhalb der gesamten Bevölkerung, aber auch die spezifische Nutzung der Personen zwischen 65 und 74 Jahren angestiegen ist (siehe Abb. 6).

Dennoch ist auch in Europa⁶ eine „digitale Spaltung“ zwischen den Generationen festzustellen und untermauert die bereits mit Schweizer Daten festgestellten Nutzungsdifferenzen. So konstatieren van Eimeren und Frees – am Beispiel Deutschland –, dass trotz des seit Jahren stetigen Anstiegs weiterhin zwischen den Onlinern und Offlinern eine Altersschere zu beobachten ist, und sie prognostizieren: „Dies dürfte sich auch auf absehbare Zeit nicht ändern, auch wenn leichter zu bedienende Endgeräte,

⁶ Auch für z. B. die USA werden ähnliche Generationsunterschiede festgestellt (vgl. Pew Research 2014).

allen voran die Tablets, kostengünstigere Verbindungen und attraktive Inhalte weiterhin für moderates Wachstum vor allem im älteren Segment sorgen werden.“ (van Eimeren & Frees 2014, S. 379)

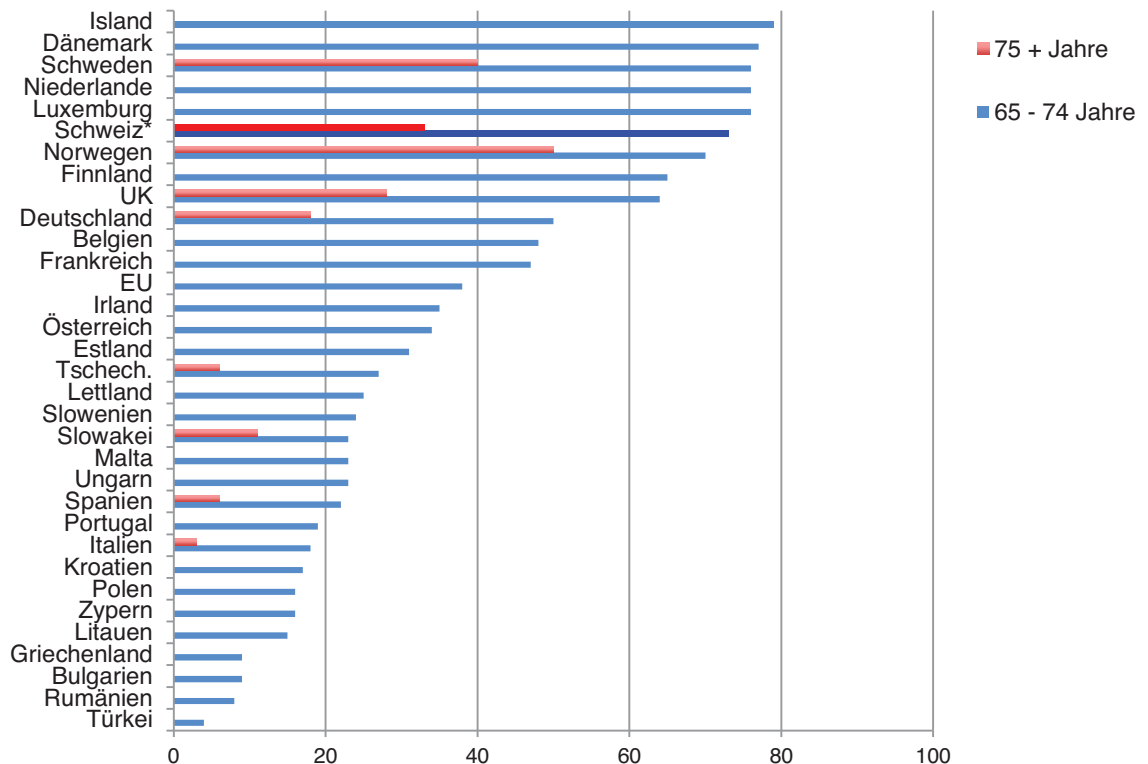


Abb. 5: Internetnutzung älterer Personen im europäischen Vergleich.

Quelle: eigene Darstellung nach Daten aus dem Jahr 2013 von Eurostat (2014). Die Daten beziehen sich auf die Internetnutzung in den letzten drei Monaten – sortiert nach Häufigkeit. Bei den Personengruppen ab 75 Jahre sind aus erhebungsmethodischen Gründen nicht für jedes Land Daten vorhanden. * Für Schweiz: ZfG-Daten gewichtet (2014).

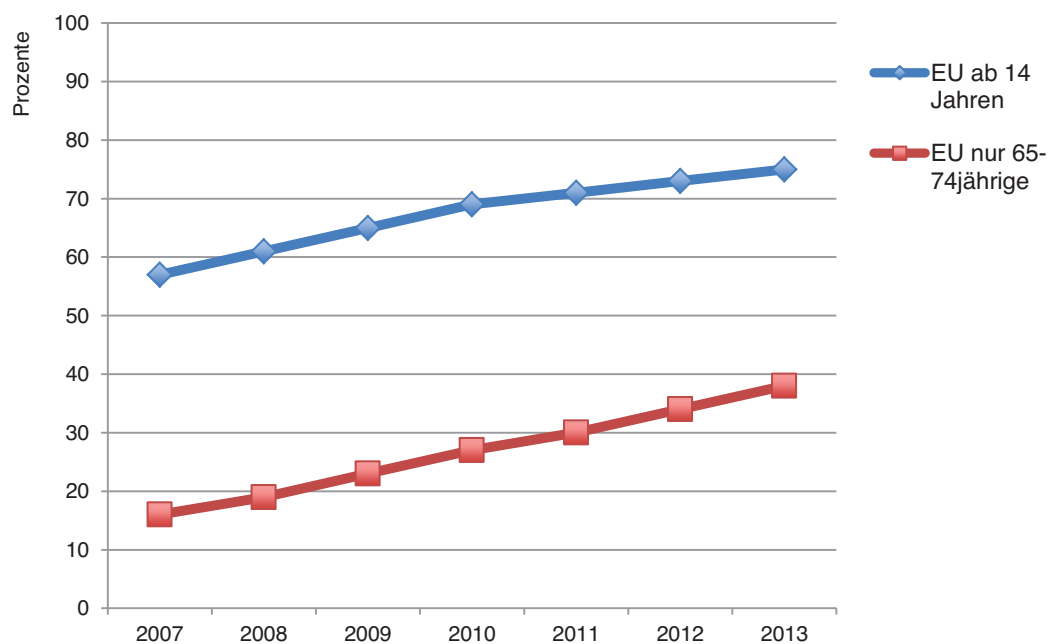


Abb. 6: Entwicklung der Nutzungszahlen seit 2007 in Europa (28 Länder).

Quelle: eigene Darstellung nach Daten aus dem Jahr 2013 von Eurostat (2014). Die Daten beziehen sich auf die Internetnutzung in den letzten drei Monaten.

3 Erhebungskontext: Erste schweizweite Studie zur IKT-Nutzung im Alter in der Schweiz aus dem Jahr 2009

Im Zusammenhang mit dem Netzwerk „Digitale Integration Schweiz“ führte das Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich im Auftrag von Pro Senectute Schweiz 2009 eine erstmalige Studie durch, die Auskunft über die Gründe für die verhältnismässig geringe Internet-Nutzung älterer Menschen geben und Ansatzpunkte im Sinne eines Massnahmenkatalogs für die Förderung der Nutzbarkeit und Nutzung durch diese Bevölkerungsgruppe aufzeigen sollte. Die Studie wurde 2010 veröffentlicht (siehe Schelling & Seifert 2010).

Mittels einer repräsentativen telefonischen Befragung, ergänzt durch eine postalische Erhebung, wurden bei insgesamt 1105 Personen ab 65 Jahren in allen Sprachregionen der Schweiz Informationen über die aktuelle Nutzung von Internet-Angeboten sowie über Bedürfnisse, Nutzenerwartung, Befürchtungen und Kompetenzen hinsichtlich dieser Technologien erhoben. Ausserdem wurden Einstellungen zu Technik im Allgemeinen sowie zum Internet im Besonderen, Nutzung und Unterstützung im sozialen Umfeld, spezifische altersabhängige Randbedingungen sowie Präferenzen bezüglich Lern- und Unterstützungsangeboten erfragt.

Die „Digitale Kluft“ zwischen den Generationen konnte in der Studie damals bestätigt werden, und es konnte gezeigt werden, dass sich die beobachtbaren Nutzungsunterschiede auch innerhalb der Personengruppe ab 65 Jahren fortsetzen und z.B. Personen ab 75 Jahre deutlich seltener das Internet nutzen, als dies Personen im Alter zwischen 65 und 75 Jahre tun (siehe Kapitel 2.3.1).

Schelling und Seifert (2010) konnten u.a. herausfinden, was die bevorzugten Anwendungen bei älteren Onlinern sind: E-Mails senden und empfangen, allgemeine Informationssuche, Suche und Abrufen von Fahrplan- und Reiseinformationen, Informationen über Ämter und Behörden sowie zu Gesundheitsthemen. Neben fehlenden Unterstützungen sind es vorwiegend personenbezogene Hindernisse und Ängste, die eine Internetnutzung erschweren. Daneben sind es aber auch die Webseiten selbst, die durch eine benutzerunfreundliche Gestaltung und Navigation vermeidbare Hürden aufbauen (siehe hierzu Darvishy & Seifert 2013).

In der multivariaten Analyse erwiesen sich bei der Befragungsstudie von Schelling und Seifert (2010) die genannte Anzahl interessanter Internetanwendungen, die Technikaffinität, das Zuraten zur Internetnutzung im sozialen Umfeld, die allgemeine Einstellung zum Internet und – mit negativem Vorzeichen – das Alter als stärkste Prädiktoren der Nutzung. Für die tatsächliche Nutzung spielen auch die Bildung und das Einkommen eine nicht zu vernachlässigende Rolle. Die bevorzugten Anwendungen sind bei älteren Onlinern: E-Mails senden und empfangen, allgemeine Informationssuche, Suche und Abrufen von Fahrplan- und Reiseinformationen, Informationen über Ämter und Behörden sowie zu Gesundheitsthemen.

Die älteren Personen, die das Internet nicht nutzen, gaben verschiedene Gründe hierfür an, die aber nicht immer mit alterskorrelierten Einschränkungen begründet sind (Abb. 7). Die Befragungsstudie zeigte auch, dass selbst Onliner teilweise in der vollumfänglichen Nutzung des Internets beeinträchtigt sind (Abb. 7). Neben Sicherheitsbedenken und fehlender Unterstützung sind es vorwiegend persönliche Hindernisse und Ängste, aber auch alterskorrelierte funktionale/sensorische Einschränkungen, die eine Internetnutzung erschweren.

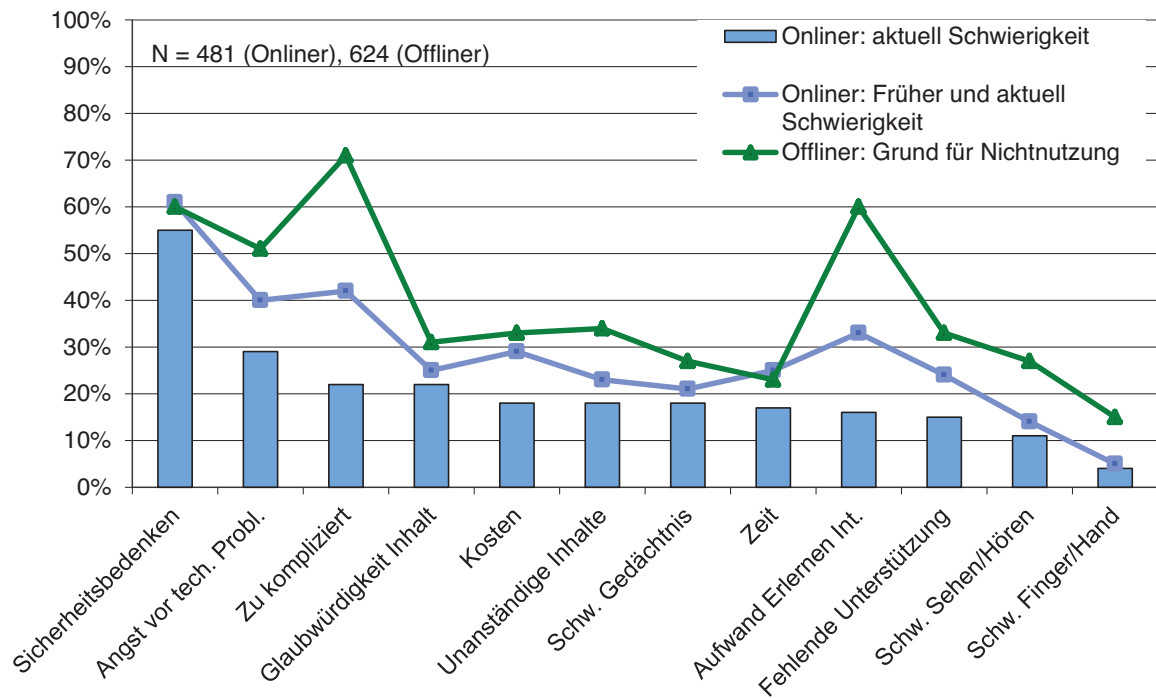


Abb. 7: Schwierigkeit und Hindernisse der Internetnutzung (Quelle: Schelling & Seifert 2010)

Die angesprochenen Hindernisse scheinen den älteren Personen den Einstieg in die Internetnutzung zu erschweren. Dennoch zeigte die Studie von Schelling und Seifert, dass sowohl die Onlineer als eben auch die Offlineer keine homogenen Gruppen sind, sondern verschiedene Nutzungsinteressen und Einstellungen zum Internet aufweisen. Neben Personen, die eine ablehnende oder distanzierte Haltung zum Internet haben, gibt es auch unter den Offlineern am Internet Interessierte, die bisher aus verschiedenen Gründen den Einstieg nicht vollzogen haben.

4 Fortsetzungsstudie 2014

Die von Schelling und Seifert (2010) erstellte Studie zur Internetnutzung im Alter konnte erstmalig für die Schweiz repräsentative Daten zur Internetnutzung im Alter und zu den Gründen für eine Nichtnutzung des Internet sammeln. Die aktuelle Befragungsstudie setzt hieran an und bietet nicht nur aktuelle Nutzungszahlen, sondern auch die Möglichkeit des Vergleichs und des Einbezugs neuer Themengebiete (v.a. mobile Internetnutzung und Alltagsgestaltung durch Internetnutzung) in diesem Feld. Es ist daher auch geplant, die Verknüpfung der thematischen Erhebungen fortzusetzen und als eigenständige Vergleichsreihe (mit Querschnittsdaten) zu etablieren.

4.1 Grundidee und Ausrichtung

Fünf Jahre nach der ersten Befragung der Personen ab 65 Jahren in der Schweiz bestehen noch offene Forschungsfragen zur Internet-Nutzung im Alter. Insbesondere ist es interessant zu sehen, ob sich die Nutzung und Bedeutung solcher Technologien im Alltag von älteren Menschen seit der ersten Erhebung verändert bzw. ob sie sich der Nutzung und Affinität der jüngeren Generationen angepasst haben.

Ein weiterer Aspekt ist die Frage, inwieweit das Internet heutzutage auch von der älteren Generation stärker mobil, also auf mobilen Endgeräten (Smartphones, Tablets, etc.), genutzt wird und sich damit auch ein neuer Nutzungsbereich inner- und ausserhalb der eigenen vier Wände ergibt. Die Kombination aus mobilen technischen Möglichkeiten und persönlicher Mobilität ermöglicht auch eine neue Ressourcenquelle, wenn z.B. das Smartphone als Orientierungshilfe oder Informationsmittel im öffentlichen Raum genutzt werden kann. Auch stellt sich die Frage, ob diese mobilen Endgeräte durch ihre vereinfachte Bedienungsfläche für ältere Menschen einfacher zu nutzen wären und folglich auch eine Einstiegstechnologie in die digitale Welt oder gar einen Ersatz für den klassischen Computer und andere Geräte darstellen.

Ein zusätzlicher Aspekt ergibt sich aus der von vielen Studien aufgestellten, aber nicht immer beantworteten Frage, inwieweit Technik, und speziell das Beispiel Internet, positiven Einfluss auf die Alltagsgestaltung im Alter und die persönliche Selbstständigkeit nehmen kann. Interventionsprojekte bei älteren Menschen zeigen, dass Technik im Allgemeinen, aber auch das Internet im Speziellen eine Unterstützung im täglichen Leben bedeuten kann (vgl. z. B. Erickson & Johnson 2011). „Dank der Technisierung des Alltagslebens wird das Alltagsleben in wesentlichen Dingen erleichtert.“ (Höpflinger 2009, S. 107). So „eröffnen neue Informations- und Kommunikationstechnologien vielfältige Möglichkeiten, ungewollte Isolation zu vermeiden und Kontakte auch über große Entfernungen und bei eingeschränkter Mobilität aufrecht zu erhalten oder neu zu knüpfen.“ (Mollenkopf 2012, S. 224). Neben der Überwindung von räumlichen Distanzen bei der Kontaktpflege zu Angehörigen erhöhen Kommunikationstechnologien auch die Sicherheit der älteren Menschen, da sie mit diesen Techniken bei Schwierigkeiten im Haushalt oder Gefahren schnell jemanden erreichen können. Hierbei ist nicht nur die Rede von direkten Hilfsmitteln wie der Notfallarmbanduhr oder der Sturz erkennenden Fussmatte, sondern auch die Möglichkeit, mittels des Internets Informationen unmittelbar einzuholen und soziale Kontakte aufrechtzuhalten (vgl. Hogeboom et al. 2010; Lelkes 2013; Bengesser & Tekster 2013; Bennett 2011, Richter et al. 2013). Demzufolge bietet Technik „im Sinne eines konstruktiven Alterns [...] vielfältige Potentiale zur Mit- und Selbstgestaltung“ (Claßen 2012, S. 502).

Aus diesen Überlegungen lassen sich drei zentrale Bereiche für die aktuelle Befragungsstudie zusammenfassen:

1. Wie haben sich die Nutzungsprofile und die möglichen Hemmnisse gegenüber dem Internet seit der ersten Datenerhebung 2009 verändert?
2. **Erster neuer Teilfokus:** Wie sieht das Nutzungsprofil hinsichtlich der mobilen Internetnutzung aus und welche Affinität besteht zum mobilen Einsatz?
3. **Zweiter neuer Teilfokus:** Welchen Einfluss hat die Internetnutzung auf die Alltagsgestaltung bzw. auf eine Stabilität der subjektiv wahrgenommenen Selbstständigkeit?

Diese Forschungsbereiche veranlassten die Autoren der Studie von 2010 zur Empfehlung einer Fortsetzungsstudie. Der innovative Charakter liegt dabei nicht nur in der Wiederholungsmessung und Etablierung einer schweizweiten Trendstudie (alle 5 Jahre), sondern auch in der Berücksichtigung neuer technischer Alltagsgegenstände (mobile Nutzung). Pro Senectute nahm diese Empfehlung auf und beauftragte eine Fortsetzungsstudie, welche in dem vorliegenden Bericht beschrieben wird.

4.2 Ziele und Fragestellungen der Studie

Hauptziel des Projekts ist die Durchführung einer Fortsetzungsbefragungsstudie, die Auskunft geben soll über den aktuellen Trend der Internetnutzung im Alter und deren allfälligen Zugangshindernissen.

In Hinblick auf die Grundidee und Zielsetzung sollen folgende Fragestellungen vorrangig bearbeitet werden:

- Wie hat sich das Onliner-Nutzungsprofil seit der ersten Befragung verändert?
- Welche Hindernisgründe für Offliner bestehen aktuell und haben sich diese verändert?
- Hat sich die Typologie der Onliner und Offliner seit der ersten Erhebung verändert?
- Inwieweit wird das Internet (insbes. World Wide Web, aber auch andere Anwendungen wie Fernsehen etc.) mobil auf Smartphones und Tablet-Computer genutzt, und welche Nutzungsprofile ergeben sich hier?
- Welchen Einfluss hat die Internetnutzung auf die Lebens- und Wohnsituation, insbesondere auf die wahrgenommene Selbstständigkeit (gesundheitliche/psychische Stabilität)?

Folgende ergänzende Fragestellungen ergeben sich aus den genannten zentralen Fragestellungen:

- Welche Funktionen, Bedürfnisse, Motive und Nutzenerwartungen erfüllt das Internet?
- Welche Einstellungen zu Technik und speziell zum Internet bestehen?
- Welche Befürchtungen und Ängste gegenüber der Internetnutzung bestehen?
- Welche Ressourcen und Kompetenzen werden für die Internetnutzung benötigt?
- Welche körperlichen, kognitiven oder sensorischen Randbedingungen müssen für die Internetnutzung berücksichtigt werden?
- Welchen Einfluss hat das soziale Netz und eine allfällige soziale Unterstützung auf die Internetnutzung?
- Welche Potenziale werden mobilen Geräten zugeschrieben?

In Ergänzung und Differenzierung der oben genannten Fragestellungen sind folgende Themenbereiche zu berücksichtigen:

- Mediennutzung
- Funktionen, Bedürfnisse, Motive und Nutzen
- Einstellungen
- Befürchtungen und Ängste
- Ressourcen und Kompetenzen
- Soziales Netz und Unterstützung
- Gesundheit, Selbständigkeit und Lebenssituation

4.3 Methodik der Studie

In den nachfolgenden Unterkapiteln werden die methodischen Gesichtspunkte vorgestellt. Grundsätzlich richtet sich das methodische Vorgehen stark an das Vorgehen bei der Erhebung im Jahre 2009 (Schelling & Seifert 2010).

4.3.1 Empirisches Vorgehen und Erhebungsdesign

Die Beantwortung der vorgegeben Fragestellungen erforderte folgende Schritte:

1. *Informations- und Literatur-Recherche* zu empirischen Studien zur Internet-Nutzung in der Schweiz und im Ausland sowie zu passenden Mediennutzungs-Theorien (Desk Research) zwecks wissenschaftlicher Verankerung der Studie und Entwicklung eines adäquaten Erhebungsinstruments.
2. *Repräsentative Befragungsstudie* ($N = 1000$) in der Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren (deutsch-, französisch- und italienischsprachig). Die Erhebungsmethode musste zugleich den Anforderungen einer möglichst hohen Repräsentativität für die entsprechende Population, der wissenschaftlichen Validität der erhobenen Variablen und der finanziellen und zeitlichen Randbedingungen der Studie entsprechen. Es wurden sowohl Internet-Nicht-Nutzer/innen als auch NutzerInnen befragt. Zu einem grossen Teil wurden Elemente aus bestehen Erhebungsinstrumenten herangezogen (vorwiegend aus Schelling & Seifert 2010).
3. *Erstellung eines wissenschaftlichen Berichts*, der über Grundlagen und empirische Ergebnisse der aktuellen Studie Auskunft gibt.

In Abwägung von Überlegungen zur Stichprobenziehung und Vor- und Nachteilen verschiedener Erhebungsverfahren wendeten wir – wie 2009 – ein kombiniertes Design an, das eine hohe Repräsentativität und eine optimale Ausschöpfung der Stichprobe versprach:

- *Wahrscheinlichkeitsauswahl* einer Stichprobe der ständigen Bevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren (ohne Obergrenze) aus dem AZ-Direct-Verzeichnis (Random-Random). Ziel-Stichproben-grösse (netto): 1000 Personen (De 700, Fr 200 It 100). Die Erhebung wurde dreisprachig durchgeführt; Personen, die keine der drei Sprachen verstehen, wurden nicht befragt.

- A) *Telefonisches Interview* (CATI) als Haupterhebungsmethode in Haushalten, für die eine Festnetz-Telefonnummer ausfindig gemacht werden konnte. Schriftliches Ankündigungsschreiben vor Telefonanruf. Mehrere Anrufversuche der selben Adressaten, um Stichprobenverzerrungen wegen unterschiedlicher Erreichbarkeit zu minimieren. Befragung mittels standardisiertem Instrument mit wenigen offenen Fragen.
- B) *Postalische, schriftliche Befragung* in Haushalten ohne eingetragenen Telefonanschluss oder auf besonderen Wunsch der Zielperson. Analoges Befragungsinstrument wie bei telefonischer Befragung, mit angepasster (typo-)grafischer Gestaltung.

4.3.2 Erhebungsinstrument

Der Fragebogen (Anhang 1) wurde im Vorfeld der Befragung auf Grundlage der Befragung aus dem Jahr 2009 und der Informations- und Literatur-Recherche erarbeitet. Bei der Erstellung wurde die Befragungszielgruppe (65+) sowie die Vergleichbarkeit der Internet-Nutzer und -Nichtnutzer besonders berücksichtigt. Als Grundgerüst des Fragebogens dienten die bereits vorgestellten Forschungsfragen. Der chronologische Aufbau des Fragebogens folgt einer bestimmten Dramaturgie, die u.a. dadurch gekennzeichnet war, dass die Befragung zur Nutzung und Einstellung zum Internet durch allgemeine Fragen zur Technik eingeführt wurden und bei bestimmten Fragen spezifische Frageformulierungen für Nutzer/innen und Nichtnutzer/innen bereithielt. Im Einzelnen beinhaltet der Fragebogen Fragen zu folgenden Bereichen:

- a) Einstellung zu Technik
- b) Haushaltsgeräte und Mediennutzung
- c) Analoges und Digitales Fernsehen
- d) Internetzugang / Onlineaktivitäten
- e) Gründe für Nichtnutzung (Internet)
- f) Mobiles Internet und mobile Endgeräte
- g) Einstellung zum Internet
- h) Alltagsrelevanz des Internets
- i) E-Kompetenz
- j) Umfeld (Unterstützung)
- k) Persönliche Gesundheits- und Lebenssituation

Diese Bereiche wurden im Anschluss durch statistische Angaben zur Person ergänzt. Bei der konstruktiven Erarbeitung der Fragen wurde das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (Abteilung Medienrealität & Medienwirkung) der Universität Zürich (Prof. Dr. Heinz Bonfadelli) mit einbezogen. Am Ende enthielt der Fragebogen 39 unterschiedlich komplexe Fragen auf 18 Seiten. Leider konnte eine Anzahl von Fragen auf Grund des definierten Umfangs der Befragung nicht mit einfließen; insbesondere zu den Bereichen Persönlichkeit und Selbständigkeit/Gesundheit.

Der diesjährige Fragebogen entsprach zu etwa 60 % dem Fragebogen aus dem Jahr 2009 (Erstmalige Befragung zum Thema). Zur Vergleichbarkeit wurden bestehende Elemente wiederverwendet und mit neuen thematischen Fragestellungen zur mobilen Internetnutzung, dem digitalen Fernsehen und der selbständigen Alltagsgestaltung ergänzt.

Im Pretest (durch das Institut M.I.S. Trend) und bei der Gesamtauswertung der Befragung konnte die Anwendbarkeit des Fragebogens bestätigt werden. Nach erfolgreicher Erstellung der deutschen Version wurde diese durch M.I.S. Trend ins Französische und Italienische übersetzt.

4.3.3 Grundgesamtheit und Stichprobe

Grundgesamtheit ist die ständige Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren. Da es keine offiziellen gesamtschweizerischen Bevölkerungsdatenbanken gibt, aus der sich eine echte Wahrscheinlichkeitsstichprobe der gesamten Bevölkerung ab 65 Jahren ziehen liesse, war es sinnvoll und ressourcensparend, auf bestehende möglichst repräsentative Adressensätze (AZ-Direct) zurückzugreifen. Dieses Verfahren wurde in der Studie von Schelling und Seifert (2010) bereits genutzt.

Gemäss der damaligen Befragung (2009) wurde die folgende Zielgruppe befragt:

- Random-Stichprobe der in der Schweiz wohnhaften Personen ab 65 Jahren, ohne Altersobergrenze, ungeachtet ihrer Nationalität und unter Einschluss von Heimbewohnern.
- Die Personen werden unabhängig von ihrer Internetnutzung befragt, um eine Vergleichsgruppe zu erhalten (keine Quoten).

Insgesamt sollten 1000 Personen im Alter von 65 Jahren oder mehr befragt werden, basierend auf einer direkten Zufallsauswahl der Zielperson ab 65 Jahren, unabhängig von der Internetnutzung und verteilt auf 700 Interviews in der Deutschschweiz, 200 in der Romandie und 100 im Tessin. Davon sollten ca. 80% auf telefonische Interviews (CATI) entfallen.

4.3.4 Durchführung und Rücklauf

Die damalige (2009) und aktuelle (2014) Befragung wurde vom Befragungsinstitut M.I.S. Trend SA in Lausanne/Bern durchgeführt. Die aktuelle Befragung wurde in den Monaten August / September 2014 durchgeführt. Es konnten insgesamt 1037 Personen in allen Sprachregionen (Deutschschweiz: 731, Romandie: 198; Tessin: 108) der Schweiz vollständig befragt werden.

Bei 1551 gezogenen gültigen Telefon-Adressen konnten insgesamt 791 Interviews vollständig telefonisch durchgeführt werden; dies entspricht einem guten Rücklauf von 51 %. Zusätzlich erreichten MIS Trend von 1250 versendeten Fragebögen 246 vollständig ausgefüllt; dies entspricht einem Rücklauf von 20 %.

Bei den telefonischen Kontaktversuchen waren etwas mehr als 4 % Ausfälle zu verzeichnen, bei denen sich die kontaktierte Telefonnummer als ungültig erwies. Insgesamt fast 8 % der Haushalte konnten während der Feldzeit nicht erreicht werden. In beinahe 2 % der Haushalte war die gesuchte Zielperson nicht im Haushalt auffindbar, in den meisten Fällen, weil sie diesen inzwischen verlassen hatte. Sprachprobleme und eine längere Abwesenheit des Interviewpartners führten nur in seltenen Fällen zu Problemen. Hingegen war der Gesundheitszustand für etwa mehr als 5 % ein Hindernis für die Befragung. Nur in seltenen Fällen (0.8 %) war die Zielperson unter der Altersgrenze von 65 Jahren, was für die Qualität der Datenbasis für die Stichprobenziehung spricht, allerdings war ein nicht unbeträchtlicher Teil der Zielpersonen in der Zwischenzeit verstorben (5 %). Insgesamt verweigerten 21 % die Teilnahme an der Befragung. Die Dauer des CATI-Interviews wurde in der Erhebung 2014 gut eingeschätzt. Es brauchte im Durchschnitt 27.4 Minuten für eine Befragung, wobei ein Offliner-

Interview 25.3 Minuten in Anspruch nahm, die Befragung einer Person mit Internetnutzung 28.7 Minuten.

Für die postalische Befragung, welche auch im August begann, wurden 613 Erinnerungsschreiben verschickt. Insgesamt wünschten nur 6 Personen, welche per Telefon kontaktiert wurden, stattdessen einen Papierfragebogen zu erhalten. Mit der postalischen Zusatzstichprobe von 246 Papierfragebogen, konnten die geplanten 200 Fragebogen klar übertroffen werden. Die beste Response Rate resultierte im Tessin. Die Ausfälle konzentrieren sich auf nicht zustellbare Briefe (19 %) und bereits verstorbene Zielpersonen (16 %). Erwartungsgemäss gaben nur wenige konkrete Gründe für die fehlende Rücksendung bzw. Verweigerung an, wodurch der Status für mehr als 40 % der verschickten Einheiten unbekannt bleibt. Der Papierfragebogen ermöglichte es, Haushalte bzw. Personen ohne bekannten Telefonanschluss zu erreichen; insbesondere konnten so Bewohner/innen von Kollektivhaushalten (insbesondere Alters- und Pflegeheimen) besser kontaktiert werden. Von den insgesamt 53 interviewten Personen, welche nicht in einem Privathaushalt wohnen, stammen allein 39 aus dem sehr viel kleineren Papier-Sample.

4.3.5 Merkmale der realisierten Stichprobe

Ausgewählte Merkmale der realisierten Stichprobe (ungewichteten und gewichtete Daten) können der Tabelle 1 entnommen werden. Die Gewichtung erfolgte gemäss offizieller Verteilungen nach Altersgruppen, Bildung und Hauptsprache.

Tab. 1: Merkmale der Stichprobe		Anzahl	Prozente in Stichprobe		Prozente nach Gewichtung*		Prozente nach offiz. Statistik Schweiz **	
Stichprobe Gesamt		1037	100.0		100.0		100.0	
Geschlecht	Mann	490	47.3		44.4		43.7	
	Frau	547	52.7		55.6		56.3	
Altersgruppen	65-69 Jahre	304	29.3		29.6		29.8	
	70-74 Jahre	289	27.9		24.2		23.8	
	75-79 Jahre	202	19.5		18.1		18.5	
	80-84 Jahre	134	12.9		14.3		14.3	
	85 +	108	10.4		13.8		13.6	
Sprache	Französisch	200	19.3		22.7		22.8	
	Deutsch (+ Rätoromanisch)	730	70.4		66.6		67.2	
	Italienisch	107	10.3		10.7		9.9	
Staatsangehörigkeit	Schweizer/in	970	93.9		93.4		89.4	
	andere Staatsangehörigkeit	63	6.1		6.6		10.6	
Haushaltsform	Privathaushalt	976	94.8		94.1		90.5	
	Alters-/Pflegeheim	38	3.7		4.6		9.5	
	Andere Form	15	1.5		-		-	
Bildung	(Prozente nach Altersgruppe)		65-74	75+	65-74	75+	65-74	75+
	Obligatorische Schule: Primarsch.	184	15.6	21.7	21.9	34.8	22.5	34.1
	Sekundarstufe II (Berufsbildung)	515	51.0	50.7	47.8	43.7	47.5	44.1
	Sekundarstufe II (Allg.bildung)	65	6.2	6.8	6.7	5.9	6.9	6.2
	Tertiärstufe (höhere Berufsbild.)	108	11.5	9.6	10.3	6.8	10.4	7.2
	Tertiärstufe (Hochschulen)	140	15.8	11.2	13.1	8.7	12.7	8.4

*Gewichtung gemäss offiziellen Verteilungen nach Altersgruppen, Bildung und Hauptsprache, kumulativ.

** Quelle: Vergleichszahlen Schweiz: Bundesamt für Statistik, Daten von 2012/2013.

Mit 47 % befragten Männern zu 53 % Frauen ist die erreichte Stichprobe etwas „männerlastig“, was beim vorliegenden Thema durchaus hätte erwartet werden können. Die Altersverteilung weist im Vergleich zur Bevölkerungsstatistik eine leichte Übervertretung der Personen im Alter von 70 bis 79 Jahren und eine entsprechende Untervertretung der Gruppe ab 80 Jahren auf. Mit 108 Personen ab 85 Jahren konnten aber auch die Hochbetagten erstaunlich gut erreicht werden. In der vorliegenden Stichprobe sind die jüngsten Personen (aufgrund der methodischen Festlegung) 65 Jahre alt, die älteste befragte Person ist 100 Jahre alt. Im Durchschnitt sind die befragten Personen 74.5 Jahre alt (Frauen: 74.6, Männer: 74.3).

Die Anzahl der Befragungen auf französisch und italienisch entspricht den Vorgaben; es wurden aber 30 Befragungen mehr als vorgesehen mit Deutschsprachigen durchgeführt. Daher sind die deutschsprachigen Interviews etwas überrepräsentiert. Personen mit einer nicht-schweizerischen Staatsangehörigkeit sind in der Stichprobe etwas unterrepräsentiert; anstelle von 10 % in der relevanten Gesamtbevölkerung dieses Alters nahmen nur 6 % Ausländer/innen an der Befragung teil. Dafür dürften Sprachprobleme mit verantwortlich sein.

Gesundheitliche Probleme und die Untervertretung von Personen in Kollektivhaushalten im Telefonverzeichnis dürften dafür verantwortlich sein, dass Bewohner/Innen von Alters- und Pflegeeinrichtungen in der Stichprobe mit etwa 4 % gegenüber 9 % in der Bevölkerung ab 65 Jahren geringer vertreten sind. Obwohl diese Ausschöpfung trotzdem erfreulich hoch ist, wird es nicht möglich sein, sehr detaillierte Auswertungen zu Personen in Kollektivhaushalten vorzunehmen.

Bei Befragungen ist generell mit einer Übervertretung höherer Bildungsschichten zu rechnen, bei einem „technischen“ Thema erhöht sich dieses Risiko. Bildung ist in dieser Altersgruppe meist mit Geschlecht und Alter korreliert; die bereits erwähnten dortigen Verzerrungen finden sich bezüglich der Bildung akzentuiert. Personen ohne Berufs- oder weiterführende Ausbildung sind in der Stichprobe deutlich zu gering vertreten, dem gegenüber wurden vor allem zu viele Personen mit Bildung der Sekundarstufe II und der Tertiärstufe befragt.

Repräsentativität: Gewichtungen und Vertrauensintervalle

Es liegt nahe und ist auch üblich, Stichprobenverzerrungen nachträglich anhand bekannter soziodemografischer Merkmale durch eine Nachgewichtung zu korrigieren, das heisst untervertretenen Personengruppen mehr, übervertretenen weniger Gewicht zu geben, um wenigstens formal die Repräsentativität zu erhöhen. Ein solches Vorgehen ist, sofern es sich nicht nur um eine Korrektur bestimmbarer unterschiedlicher Auswahlwahrscheinlichkeiten handelt, in der Fachliteratur äusserst umstritten; es existiert keine kohärente Theorie, die das generell legitimieren könnte. Es besteht gar die Gefahr, dass befragte Personen aus untervertretenen Gruppen in anderen, nicht nachprüfbar, aber mit der Teilnahmewahrscheinlichkeit korrelierten Merkmalen deutlich von den entsprechenden Gruppen abweichen. Dann kann eine Nachgewichtung die Verzerrung sogar noch verschärfen (Diekmann, 2002, S. 8f.).

Aus diesem Grund wurden in dieser Studie keine generellen, für alle Analysen wirksamen Nachgewichtungen anhand demografischer Merkmale vorgenommen. Für die hier im Vordergrund stehenden Gruppen- und Merkmalsvergleiche, für Zusammenhangsmasse sowie für multivariate Auswertungsverfahren sind davon keine Vorteile zu erwarten; die genannte Verzerrungsgefahr überwiegt den möglichen Gewinn bei weitem, auch sind etwa Signifikanztests mit gewichteten Daten nicht mehr zuverlässig.

In Tabelle 1 (zweitletzte Spalte) sind die soziodemographischen Merkmale der nach Altersgruppen, Hauptsprache und formaler Bildung gewichteten Stichprobe aufgeführt. Da nicht alle Merkmale der Bevölkerung in kombinierter Form vorliegen, musste die Gewichtung nach Einzelmerkmalen kumulativ erfolgen (durch Multiplikation der einzelnen Gewichtungen). Dadurch ergeben sich auch in den kontrollierten Merkmalen der gewichteten Stichprobe noch geringfügige Abweichungen von den Populationsdaten. Trotzdem ist auch bezüglich der unkontrollierten Merkmale eine Verbesserung der demografischen Passung festzustellen.

Selbst wenn es gelänge, eine ideale Wahrscheinlichkeitsstichprobe ohne systematische Verzerrungen als perfektes Abbild der Grundgesamtheit zu ziehen, in unserem Fall also der ständigen Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren, bliebe eine Unsicherheit bezüglich der genauen Verteilungen, da sich jede Stichprobe zufallsbedingt leicht von der Grundgesamtheit unterscheiden kann. Bei einer hinreichend grossen Stichprobe hält sich dieser Zufallsfehler aber in begrenztem Rahmen, dessen Grösse als Vertrauensintervall, mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit versehen, berechnet werden kann. Bei allen Prozentangaben der Stichprobe ist bezogen auf die entsprechende Gesamtbevölkerung ein 95 %-Vertrauensintervall von ± 2.3 % zu berücksichtigen, das heisst, die «wahren Werte» liegen mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % innerhalb dieses Bereichs, sofern keine systematischen Stichprobenverzerrungen vorliegen.

4.3.6 Datengrundlage für den Jahresvergleich

Da sich die aktuelle Befragungsstudie in grossen Teilen mit der Erhebung aus dem Jahr 2009 inhaltlich wie strukturell deckt, bietet es sich an, vergleichbare Fragen zu analysieren. Es ist aber darauf hinzuweisen, dass es sich hier nicht um Paneldaten handelt (was heissen würde, dass die selbe Person ein zweites mal befragt werden konnte). Bei den beiden Erhebungen handelt es sich um Querschnittsdaten, welche dennoch aber in der Tendenz vergleichbar sind, da sie den selben Samplingbedingungen unterliegen.

Bei der Auswertung der aktuellen Studiendaten wird der Jahresvergleich (2009 zu 2014) bei ausgewählten Fragestellungen berücksichtigt und am Ende zusammengefasst. Die Stichproben der beiden Erhebungen sind vergleichbar und weisen ähnliche Merkmale auf (siehe Tabelle 2).

Tab. 2: Merkmale der Stichproben		Erhebung 2009		Erhebung 2014	
		Anzahl*	Prozente*	Anzahl*	Prozente *
Stichprobe Gesamt		1105	100.0	1037	100.0
Geschlecht	Mann	499	45.3	490	47.3
	Frau	602	54.7	547	52.7
Altersgruppen	65-69 Jahre	401	36.7	304	29.3
	70-74 Jahre	247	22.6	289	27.9
	75-79 Jahre	197	18.0	202	19.5
	80-84 Jahre	147	13.4	134	12.9
	85 +	102	9.3	108	10.4
Staatsangehörigkeit	Schweizer/in	1030	93.8	970	93.9
	andere Staatsangehörigkeit	68	6.2	63	6.1
Haushaltsform	Privathaushalt	1036	93.8	976	94.8
	Kollektivhaushalt / andere Formen	69	6.2	53	5.2

*gültige Angaben

5 Deskriptive Ergebnisse

Im Folgenden werden in einem ersten Schritt die wichtigsten deskriptiven Ergebnisse der Befragungsstudie anhand der Forschungsfragen vorgestellt. In den darauf folgenden Kapiteln werden die Resultate mit erweiterten Auswertungen vertieft.

5.1 Allgemeine Technikeinstellung und Mediennutzung im Alter

Bevor die Ergebnisse zur Internetnutzung präsentiert werden, werden in den nachfolgenden Unterkapiteln Ergebnisse zur allgemeinen Technikeinstellung und Techniknutzung bei Personen ab 65 Jahren präsentiert, damit sich hiermit auch ein strukturiertes und aktuelles Abbild der Technik- und Mediennutzung im Alter abzeichnen lässt.

5.1.1 Allgemeine Einstellung zu Technik

Die Einstellung zu Technik ist ein wichtiger Faktor bei der Erklärung von Unterschieden in der Techniknutzung. Gerade ältere Menschen wird in der öffentlichen Wahrnehmung oft zugeschrieben, dass sie sich weniger für (moderne) Technik interessieren bzw. eine negativere Einstellung zu Technik hätten und sie deshalb weniger nutzen. Eine andere Erklärung ist, dass die Anwendung von Technik und Technologien weniger direkt mit persönlichen Nutzen verbunden wird. Darüber hinaus ergibt sich häufig auch die Annahme, dass älteren Menschen die Bedienung moderner technischer Geräte schwerer falle.

Den befragten Personen wurden zu diesem ersten Themenblock vier Aussagen (siehe Abb. 8) vorgelegt, und sie hatten die Möglichkeit, den Aussagen zuzustimmen oder diese abzulehnen (1 „lehne völlig ab“ bis 5 „stimme völlig zu“).

In einer ersten Aussage wurden die befragten Personen gebeten, die Aussage „Der technische Fortschritt muss immer weiter gehen“ zu bewerten. Die deutliche Mehrzahl (60 %) stimmen dieser Aussage eher oder völlig zu; nur 13 % lehnen diese eher oder völlig ab (siehe Abb. 8). Männer stimmen dieser Aussage eher zu als dies Frauen tun. Auch der Bildungsgrad nimmt hier einen positiven Einfluss ($r = .128$, $p = .000$), indem Personen mit einer höheren Bildung der Aussage zum technischen Fortschritt eher zustimmen, als dies Personen mit einem geringeren Bildungsstand tun.

In der zweiten Aussage („Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen“) ging es um die Bedeutung technischer Geräte auf das alltägliche Leben. Auch hier stimmt die Mehrheit (58 %) dieser Aussage zu und nur etwa 21 % lehnen diese Aussage eher oder völlig ab; der Rest liegt in der Mitte (siehe Abb. 8). Interessant ist, dass hier das Geschlecht keine erklärende Variable ist, beide Geschlechter bewerten diese Aussage ähnlich.

Mit einer weiteren Aussage, welche „Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge“ lautete, sollte das persönliche Interesse an Technik erfasst werden. Bei dieser Aussage sind die befragten Personen sich nicht so stark einig, es zeigen sich stärkere Varianzen in dem Antwortverhalten: 36 % stimmen dieser Aussage für sich selber eher oder völlig zu und auch 36 % lehnen diese Aussage eher oder völlig ab (siehe Abb. 8). Männer stimmen der Aussage zur Technikaffinität deutlicher zu als dies Frauen tun (50 % der Männer stimmen der Aussage eher oder völlig zu, aber nur 24 % der Frauen). Damit verbunden zeigt sich auch eine positive Korrelation ($r = .219$, $p = .000$) zwischen der Zustim-

nung zur Aussage und dem Bildungsstand. Dies bedeutet, dass Personen mit einer höheren Bildung eher technikaffin sind. Personen, welche angaben, dass sie sich für neue technische Dinge interessieren, stimmen auch eher der ersten Aussage zum technischen Fortschritt ($r = .433, p = .000$) sowie der zweiten Aussage zur Alltagsrelevanz von Technik ($r = .373, p = .000$) zu.

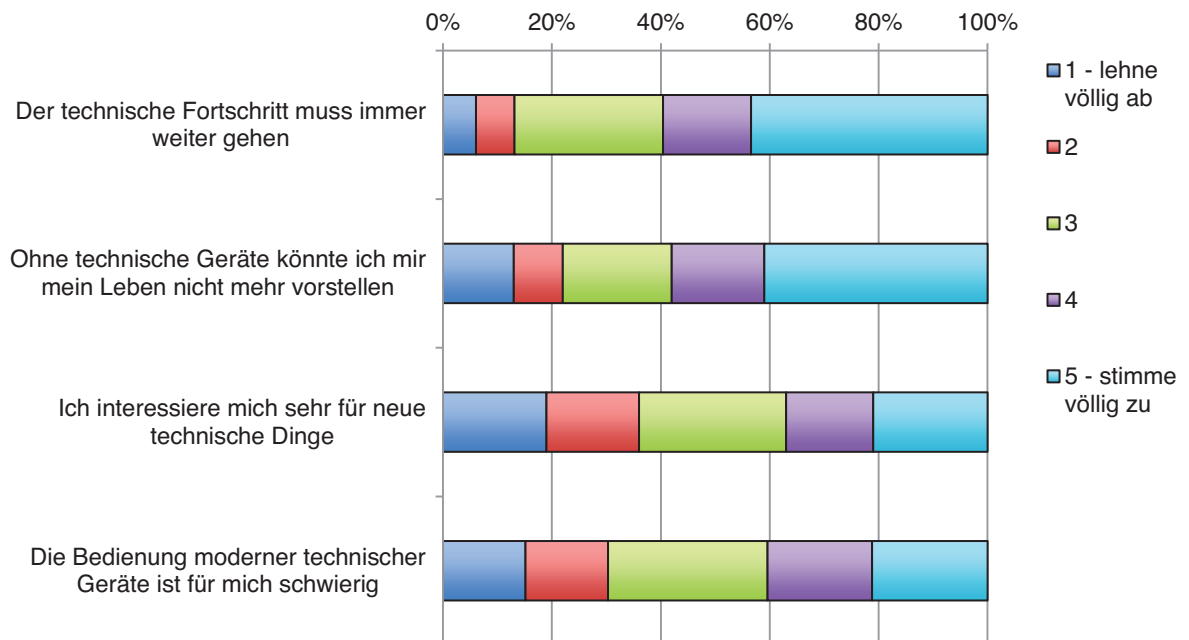


Abb. 8: Aussagen zu Technik allgemein

In der letzten Aussage aus diesem Themenkomplex wurden die befragten Personen gebeten, Schwierigkeit der Bedienung von neuen technischen Geräten zu bewerten („Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig“). Es zeigt sich hier ein ähnliches differenziertes Bild wie bei der dritten Aussage zum Technikinteresse: 41 % stimmen der Aussage eher oder völlig zu; 30 % lehnen die Aussage eher oder völlig ab (siehe Abb. 8). Auch bei dieser Aussage lassen sich ähnliche Zusammenhänge zum Geschlecht und zum Bildungsstand nachzeichnen; welche andeuten, dass höher gebildete Männer am ehesten die Aussage ablehnen; für sie ist die Bedienung eher einfach.

5.1.2 Gerätebesitz und Mediennutzung

Neben der Einstellung zu Technik ist es auch wichtig zu fragen, welche Haushaltsgeräte vorhanden sind und welche Medien zur Informationssuche und Kommunikation von älteren Menschen genutzt werden.

5.1.2.1 Analoges und Digitales Fernsehen

Wie bereits im Kapitel 2.1 festgestellt, hat der Fernseher eine grosse Bedeutung für ältere Menschen. Von den befragten Personen ab 65 Jahren geben 96 % an, dass sie mindestens einen Fernseher im Haushalt haben, nur 4 % haben keinen Fernseher. Von den Personen, welche angaben, einen Fernseher im Haushalt zu besitzen, schalten 92 % täglich den Fernseher ein, 6 % tun dies nur wöchentlich und der Rest seltener.

Von den befragten Personen, welche mindestens einen Fernseher im Haushalt haben, geben 86 % an, dass sie bereits digitales Fernsehen haben. 14 % haben noch analoges Fernsehen. Interessant ist, dass im Tessin etwas mehr Personen noch das analoge Fernsehen haben. Im Tessin haben 30 %, in der Deutschschweiz 13 % und in der Romandie 10 % analoges Fernsehen. Auch haben Personen ab 80 Jahre seltener digitales Fernsehen. Von den Personen, welche das digitale Fernsehen nutzen, sind nur 19 % über 80 Jahre alt. Von den Personen ab 85 Jahren nutzen 32 % das analoge Fernsehen, bei den 65-69jährigen sind dies nur 12 %. Personen mit einer höheren Bildung und einem höheren Haushaltseinkommen haben häufiger digitales Fernsehen als Personen mit einer geringeren Bildung und einem geringen Einkommen.

Werden die Personen, welche angaben, dass sie noch analoges Fernsehen hätten ($n = 136$), zusätzlich befragt, welche Gründe sie hierfür angeben, zeigt sich schnell, dass viele der befragten Personen keinen Vorteil im digitalen Fernsehen sehen. Werden alle Gründe (Mehrfachantworten) zusammengekommen, fallen 43 % der Nennungen auf den Grund, dass kein Vorteil im Wechsel gesehen wird. 15 % aller Nennungen fallen auf den Grund, dass der Wechsel als zu kompliziert eingeschätzt wird. 8 % der Nennungen gehören zu der Kategorie „der Wechsel wäre zu teuer“. 11 % aller Nennungen betreffen die Tatsache, dass die Personen noch nicht dazu gekommen sind. 5 % aller Personen wussten nicht, dass zum Jahreswechsel 2014/2015 das analoge Fernsehen eingestellt wird. 43 % aller Nennungen fallen in die Rubrik „andere Gründe“, welche aber im Grossen und Ganzen die bisher genannten Kategorien widerspiegeln. In den offenen Nennungen kommt zusätzlich zum Ausdruck, dass der Fernseher nur selten genutzt wird oder sie einen Wechsel in der nächsten Zukunft in Betracht ziehen.

Als hauptsächliche TV-Anbieter wurden Swisscom (38 %) und UPC Cablecom (31 %) sowie das lokale Kabelnetzunternehmen (19 %) angegeben. Satelliten-TV (6 %) und Antennen-TV (1 %) werden nur von wenigen Personen genutzt. Andere Anbieter oder Formen haben mit 5 % nur sehr geringen Anteil. Personen mit analogem Fernsehen haben häufiger als Personen mit digitalem Fernsehen Antennen-TV und Satelliten-TV und häufiger ein lokales Kabelnetzunternehmen.

5.1.2.2 Radio

Auch das Radio ist gerade für älteren Menschen eine wichtige Informationsquelle für tagesaktuelle Nachrichten und andere Informationen. So geben auch 96 % der befragten Personen ab 65 Jahre an, dass sie ein Radio im Haushalt haben. Von den Radio-Besitzer/innen geben 80 % an, dass sie täglich Radio hören, 11 % hören mindestens 1 mal in der Woche und 9 % hören seltener oder nie Radio. Zwischen den Geschlechtern oder dem Bildungsstand lassen sich keine signifikanten Unterschiede in der Radionutzung feststellen. Einzig das Alter ($r = -.148$, $p = .000$) und das Einkommen ($r = .108$, $p = .002$) zeigen, wenn auch schwache, signifikante Zusammenhänge, welche sich darin interpretieren lassen, dass Personen mit höherem Alter und geringerem Bildungsstand etwas seltener das Radio nutzen.

5.1.2.3 Tageszeitungen und Briefe

Neben den elektronischen Informationsquellen ist es auch wichtig zu erfragen, inwieweit gedruckte Informationen, wie sie in Tageszeitungen enthalten sind, genutzt werden. Von den befragten Personen geben 79 % an, dass sie täglich eine Tageszeitung lesen, 12 % tun dies noch mindestens einmal pro Woche und nur 9 % lesen seltener oder nie eine Tageszeitung. Damit nimmt die Zeitung eine hohe Bedeutung in der alltäglichen Informationsvermittlung älterer Menschen ein. Das Lesen von

Tageszeitungen hat in der untersuchten Personengruppe ab 65 Jahre weniger mit dem Geschlecht und dem Alter zu tun, als teilweise mehr mit dem Einkommen ($r = .183$, $p = .000$); so lesen Personen mit höherem Haushaltseinkommen etwas häufiger eine Tageszeitung.

Neben der Tageszeitung gibt es auch die Möglichkeit, über Briefe Informationen zu erhalten und generell mit anderen Personen zu kommunizieren. 22 % der befragten Personen schreiben mindestens 1 mal in der Woche einen Brief, 29 % tun dies noch mindestens 1 mal pro Monat. 27 % schreiben seltener einen Brief und 22 % tun dies nie. Interessant ist hier, dass anscheinend Personen mit einem höheren Bildungsabschluss ($r = .230$, $p = .000$) und höherem Haushaltseinkommen ($r = .219$, $p = .000$) häufiger Briefe schreiben, als dies Personen mit niedrigen Bildungsstand und geringen Einkommen tun.

5.1.2.4 Festnetztelefon, Mobiltelefon

Neben den nur empfangenden Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten gibt es auch Haushaltsgeräte, welche die gegenseitige Kommunikation und den Informationsaustausch ermöglichen. Zu ihnen zählen vor allem Telefonapparate. In den letzten Jahren hat sich neben dem Festnetztelefon auch das Mobiltelefon etabliert. 96 % der befragten älteren Menschen besitzen im Haushalt mindestens ein Festnetztelefon, nur 4 % besitzen keines. 73 % der befragten Personen geben an, dass sie ein normales Mobiltelefon (also kein Smartphone, siehe Kapitel 5.1.2.6) im Haushalt besitzen. Werden die Personen berücksichtigt, welche zwar angaben, dass sie im Haushalt ein Mobiltelefon hätten, aber bei der weiteren Frage zur Intensität angaben, sie nutzten dieses nicht, ergeben sich 61 % Mobiltelefon-NutzerInnen.

Von den Personen, welche kein Festnetztelefon besitzen, haben 44 % ein Mobiltelefon. 73 % der Personen mit Festnetztelefon haben zusätzlich ein Mobiltelefon. Zeigen sich beim Festnetztelefon keine deutlichen personenspezifische Unterschiede, lässt sich beim Mobiltelefonbesitz zumindest feststellen, dass hier das Alter einen signifikanten, wenn auch sehr schwachen, Einfluss nimmt ($r = .135$, $p = .000$): Personen im höherem Alter, insbesondere ab 85 Jahren, nutzen seltener ein Mobiltelefon.

Bei der Intensität der Nutzung zeigt sich, dass das Festnetztelefon häufiger täglich (63 %) eingesetzt wird, als das beim Mobiltelefon (32 %) der Fall ist. 33 % der Festnetz-Besitzer/innen nutzen das Festnetztelefon mindestens wöchentlich, der Rest nutzt es seltener. Bei den Mobiltelefon-Besitzer/innen nutzen 36 % das Mobiltelefon mindestens 1 mal in der Woche, der Rest nutzt es seltener. Es zeigt sich hier, dass das Mobiltelefon seltener als das Festnetztelefon und vielleicht auch eher als „Sicherheitsaspekt“ für die Mobilität und Zeit ausserhalb des Haushaltes genutzt wird.

Werden die Zahlen zum Mobiltelefon-Besitz mit der Erhebung von 2009 (Schelling & Seifert 2010) verglichen, zeigt es sich, dass sich der Mobiltelefon-Besitz in der Altersgruppe ab 65 Jahre wenig verändert hat, es zeigt sich gar ein Rückgang. 80 % gaben 2009 an, dass sie ein Mobiltelefon im Haushalt haben, und in der aktuellen Befragung geben dies nur noch 73 % an. Dies könnte aber auch damit zusammenhängen, dass sich einige Personen anstatt eines herkömmlichen Mobiltelefons ein Smartphone angeschafft haben und in näherer Zukunft die bisherigen, nicht internetfähigen und mit einer physischen Tastatur bedienbaren Mobiltelefone noch stärker vom Markt verschwinden.

5.1.2.5 Computer und Laptop

Computer und Laptops gehören zu den multimedialen Informations- und Kommunikationstechnologien. Der Computer hat in den letzten Jahrzehnten einen hohen Verbreitungsgrad im beruflichen wie im privaten Bereichen erreicht, er gehört heute fast schon wie der Fernseher zur Standardausrüstung eines Haushaltes; dennoch zeigen sich immer noch Unterschiede hinsichtlich den Generationen (siehe Kapitel 2.1). Von den befragten Personen ab 65 Jahren geben 43 % an, dass sie einen stationären Computer im Haushalt besitzen. 41 % geben an, dass sie einen Laptop / ein Notebook im Haushalt haben. Von den Personen, welche angaben, einen stationären Computer zu besitzen, haben 45 % zusätzlich einen Laptop. 38 % der befragten Personen besitzen zwar einen Laptop, aber keinen Desktop-Computer.

Die eher geringe Verbreitung des Computers im Haushalt älterer Menschen zeigt sich noch deutlicher bei der Unterscheidung nach dem Alter ($r = -.242$, $p = .000$) und dem Haushaltseinkommen ($r = .300$, $p = .000$) der Befragungsperson. Es zeigt sich, dass die Personengruppe ab 85 Jahren sowie Personen mit geringerem Haushaltseinkommen seltener einen Computer oder einen Laptop besitzen (für das Alter siehe Abb. 9).

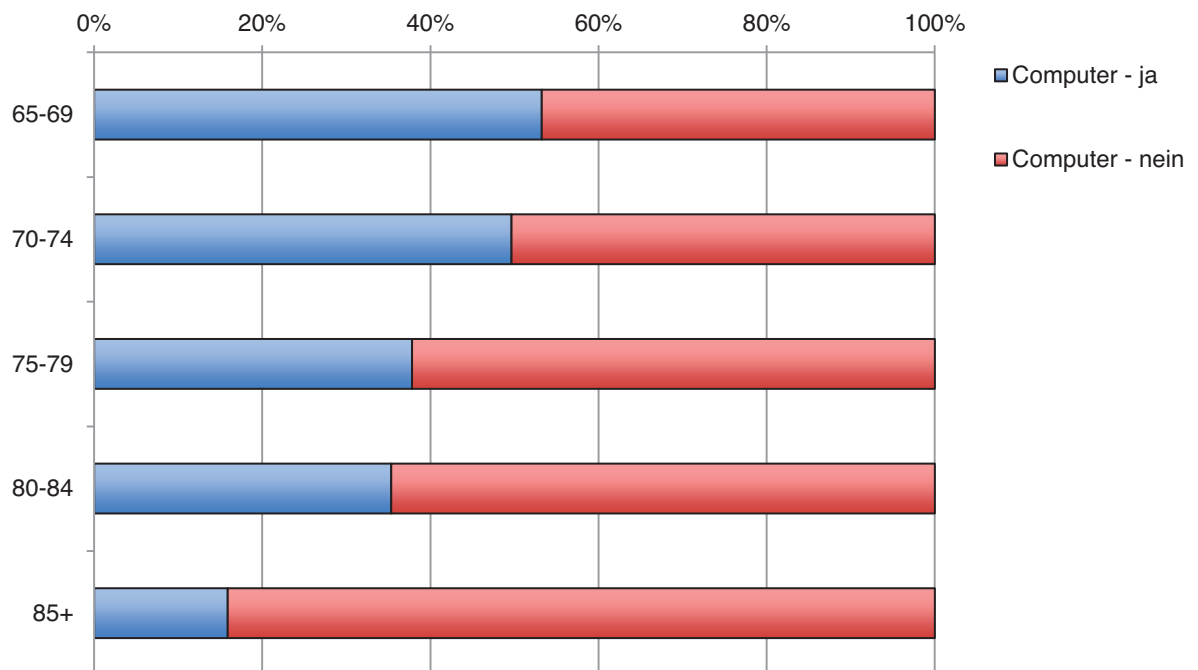


Abb. 9: Stationäre Computer im Haushalt der befragten Personen

Werden die Zahlen zum Computer-Besitz und Laptop-Besitz mit der Erhebung von 2009 (Schelling & Seifert 2010) verglichen, zeigt es sich, dass sich der Computer-Besitz in der Altersgruppe ab 65 Jahre weniger verändert hat, jedoch der Besitz eines Laptops. 43 % gaben 2009 an, dass sie einen Computer im Haushalt hätten und in der aktuellen Befragung geben dies auch 43 % an. Gaben jedoch 2009 erst 27 % an, dass sie ein Laptop im Haushalt hätten, sind es 2014 bereits 41 %.

5.1.2.6 Tablet-Computer und Smartphone

Neben den eher stationären Computern haben sich in den letzten Jahren zunehmend Tablet-Computers und Smartphones verbreitet. Diese mobilen Endgeräte ermöglichen nicht nur, Software mobil anzuwenden, welche sonst auf dem Computer genutzt wurde, sondern auch die mobile Internetnutzung (siehe hierzu Kapitel 6). Diese mobilen Geräte erfahren bei allen Altersgruppen eine grosse Beliebtheit, dennoch zeigen sich auch hier ähnliche Generationenunterschiede wie bei der Computernutzung. 26 % der befragten Personen ab 65 Jahren haben einen Tablet-Computer und 32 % ein Smartphone im Haushalt. Insgesamt haben 161 Personen (16 %) sowohl einen Tablet-Computer als auch ein Smartphone. Die Hälfte der Smartphone-Besitzer/innen haben zusätzlich einen Tablet-Computer im Haushalt.

Werden soziodemografische Merkmale mit dem Vorhandensein eines Smartphones oder eines Tablet-Computers in Verbindung gesetzt, zeigt es sich, dass der Besitz z.B. eines Smartphones mit dem Alter ($r = -.323$, $p = .000$) und dem Haushaltseinkommen ($r = .239$, $p = .000$) sowie Bildungsstand ($r = .167$, $p = .000$) der befragten Personen zusammenhängt; signifikant, aber weniger deutlich, auch mit dem Geschlecht ($r = .169$, $p = .000$). Dies heisst, dass insbesondere jüngere, gut gebildete Männer mit einem höheren Einkommen häufig ein Smartphone besitzen. Werden z.B. nur Männer mit einem höheren Bildungsstand im Alter von 65-69 Jahren betrachtet, nutzen hier bereits 59 % ein Smartphone. Beim Tablet-Besitz zeigen sich ähnliche Zusammenhänge, auch wenn diese etwas geringer ausfallen. Gerade die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sind interessant und zeigt auf, dass mobile Endgeräte in der Personengruppe ab 65 Jahren nicht flächendeckend vorhanden sind (siehe Abb. 10). Dennoch kann vermutet werden, dass gerade diese mobilen Endgeräte (auch vielleicht wegen ihres einfachen Handlings und ihrer räumlichen Flexibilität; siehe Kapitel 6) in Zukunft auch in der älteren Generation noch stärker an Bedeutung gewinnen werden.

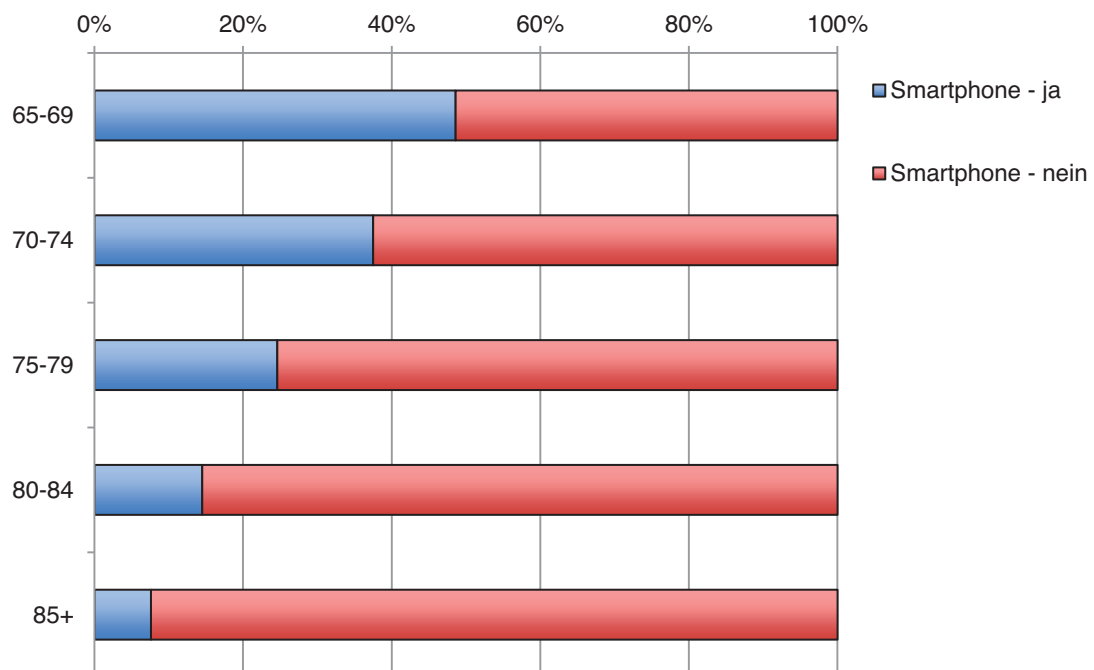


Abb. 10: Smartphone im Haushalt der befragten Personen

Wird das Vorhandensein eines Computers und eines Smartphones in Zusammenhang gebracht, zeigt es sich, dass 46 % der Personen, welche einen Computer haben, auch ein Smartphone besitzen. 39 % haben neben dem Computer auch einen Tablet-Computer. Interessant auch der Vergleich zum herkömmlichen Mobiltelefon: 21 % der Personen, welche ein Mobiltelefon im Haushalt besitzen, haben auch ein Smartphone. 25 % haben ein Mobiltelefon und zusätzlich einen Tablet-Computer im Haushalt.

Die Nutzungsintensität von mobilen Geräten wie dem Smartphone und dem Tablet-Computer ähnelt der Intensität der Telefonnutzung in dieser Altersgruppe (siehe Kapitel 5.1.2.4). Von den Personen, welche ein Smartphone im Haushalt besitzen, geben 63 % an, dass sie dieses täglich nutzen, 19 % tun dies noch mindestens 1 mal in der Woche und der Rest seltener. Bei den Tablet-Besitzer/innen sind es 52 %, die den Tablet-Computer täglich nutzen, und 26 % geben an, dass sie es mindestens 1 mal in der Woche nutzen.

Technikaffine Personen (siehe Kapitel 5.1.1) sind eher Smartphone-Besitzer/innen und nutzen auch intensiver das Smartphone ($r = .365$, $p = .000$). Für den Tablet-Computer sind ähnliche Zusammenhänge zu beobachten.

5.1.3 Ansprechpersonen bei Problemen mit elektronischen Geräten

Die Nutzung von elektronischen Geräten wie dem Fernseher, dem Mobiltelefon oder dem Computer können auch mit Problemen verbunden sein, beispielsweise wenn der Fernseher nicht mehr funktioniert. Es ist daher auch interessant zu fragen, wo die befragten älteren Personen sich in diesem Fall Hilfe besorgen bzw. welche Personengruppen sie ansprechen.

Hauptsächlich und zuerst wenden sie sich die Befragten an die eigenen Kinder (sofern vorhanden), dann an den Fachhandel oder auch an Bekannte und Verwandte. Die Partnerin oder der Partner wird dabei interessanterweise seltener genannt, selbst von Personen im gemeinsamen Haushalt.

Tab. 3: Ansprechpersonen bei Problemen mit elektronischen Geräten

	1. Nennung* (n = 1005)	2. Nennung* (n = 678)	3. Nennung* (n = 264)
Kinder	29.0	13.7	6.4
Fachhandel	15.2	20.6	17.4
Bekannte / Verwandte	15.1	19.6	13.3
Partnerin/Partner	9.8	2.4	3.4
Fachperson die zu Ihnen nach Hause kommt	9.6	14.2	13.6
Mobilfunk-Anbieter	5.8	11.5	10.2
Niemanden, löse Probleme selber	5.8	3.5	8.7
Kabelnetzunternehmen	4.6	5.5	7.6
Nachbar/in	2.3	2.8	6.1
Andere	1.6	2.4	4.2
Internet (Suche im Internet nach Lösungen)	1.4	3.1	7.6
Seniorenorganisation		0.6	1.5

*gültige Spaltenprozentage; sortiert nach Häufigkeit innerhalb der 1. Nennung.

5.2 Internetnutzung in den letzten sechs Monaten: „Onliner“ und „Offliner“

Im Folgenden werden Nutzer/innen und Nicht-Nutzer/innen des Internets als „Onliner“ bzw. „Offliner“ bezeichnet. Die „Onliner“ entsprechen dabei dem „weitesten Nutzerkreis“ in den einschlägigen BFS-Statistiken, das heisst einer mindestens einmaligen Nutzung in den letzten sechs Monaten. Als „Offliner“ werden diejenigen Personen bezeichnet, die angaben, das Internet mindestens in den letzten sechs Monaten nie selber genutzt zu haben. Somit gehören zur Gruppe der Offliner die Personen, die gänzlich ohne persönliche Anwendungserfahrungen sind, sowie diejenigen, die das Internet vielleicht bereits genutzt haben, dies aber nicht in den letzten 6 Monaten taten.

5.2.1 Aktuelle Internetnutzung

Die folgende Beschreibung bezieht sich vorerst auf die befragte Stichprobe ohne jede Nachgewichtung. Allgemein gefragt, ob die befragten Personen schon einmal das Internet genutzt hätten, antworteten 62.5 % mit „Ja“ und 37.5 % mit „Nein“.

Werden die beschriebenen Gruppen der „Onliner“ und „Offliner“ als Vergleichsgrundlage angesetzt, ergibt sich ein ähnliches Bild einer Mehrheit der Nutzer des Internets in der Altersgruppe. In der realisierten Stichprobe konnten 626 Personen (60.4 %) als „Onliner“ definiert werden und 411 Personen (39.6 %) als „Offliner“. In der Erhebung 2009 war dieses Verhältnis noch 44 % zu 56 %. Werden nur die Personen berücksichtigt, welche das Internet mindestens mehrmals pro Woche nutzen, also laut Bundesamt für Statistik der „Engere Nutzerkreis (ENK)“, können noch 50.2 % der befragten Personen ab 65 Jahren in der aktuellen Erhebung als Onliner definiert werden.

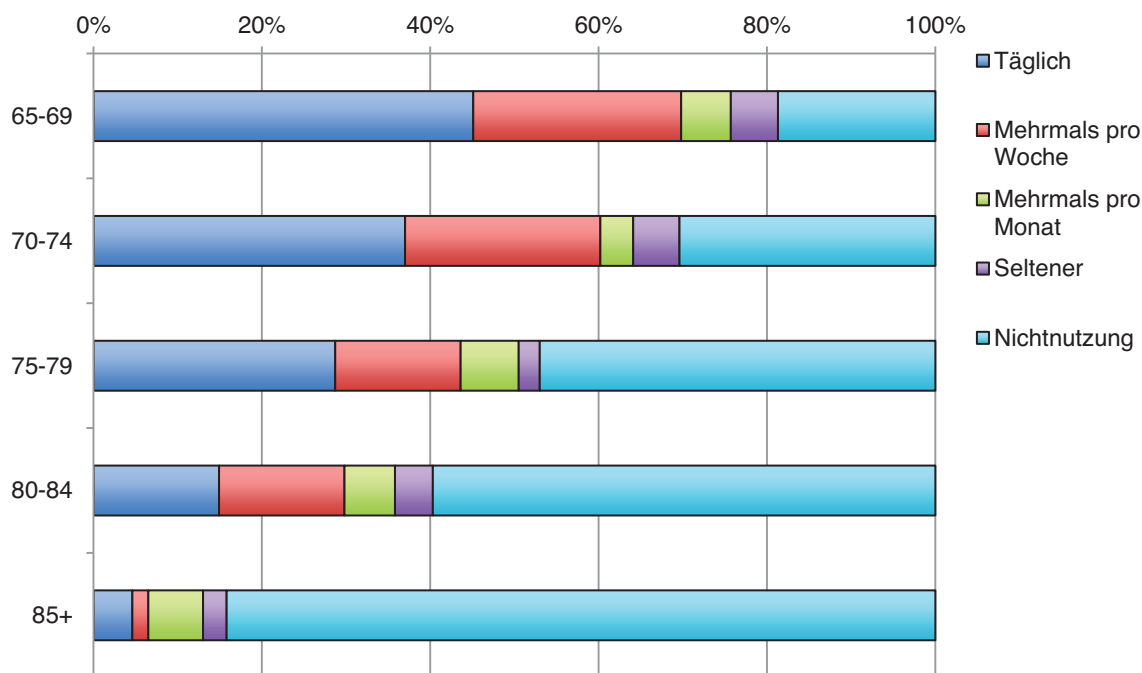


Abb. 11: Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (ungewichtete Stichprobe)

Die starke Altersabhängigkeit der Internetnutzung zeigt sich auch in der aktuellen Erhebung: Nutzen bereits 81 % der 65-69-Jährigen das Internet, sind es nur 16 % bei den Personen ab 85 Jahren (siehe Abb. 11).

Die geschlechtsspezifische Verteilung ergibt folgendes Bild, welches bereits auch in der Untersuchung von 2009 zu beobachten war und das als eine Art Gender-Kluft bezeichnet werden kann: 72 % der Männer und nur 50 % der Frauen sind Onliner. Auch hinsichtlich Einkommen und Bildung lässt sich eine Kluft zwischen den Onlinern mit eher hohem Einkommen und hoher Bildung und den Offlinern mit eher niedrigerem Einkommen und geringerer formaler Bildung feststellen. Diese Beobachtung konnte auch im Jahr 2009 gemacht werden.

In allen Altersgruppen zeigt sich, dass das Internet von allen befragten Personen in den letzten 6 Monaten meist entweder häufig (50 % mindestens mehrmals pro Woche) oder gar nicht (40 %) genutzt wurde; eine seltenere Nutzung weisen nur 10 % der befragten Personen auf. Die altersspezifische Gruppeneinteilung der Nutzungshäufigkeit kann Abbildung 11 entnommen werden.

Internetnutzung korrigiert: nach Alter, Sprache und Bildung (gewichtete Stichprobe)

Wird die im Kapitel 4.3.5 dargestellte Gewichtung (Nachgewichtung gemäss Altersgruppen, Bildung und Hauptsprache) berücksichtigt, verringert sich der Anteil der Onliner insgesamt von 60.4 % auf 55.7 %; der engere Nutzerkreis von 50.2 % auf 45.8 %.

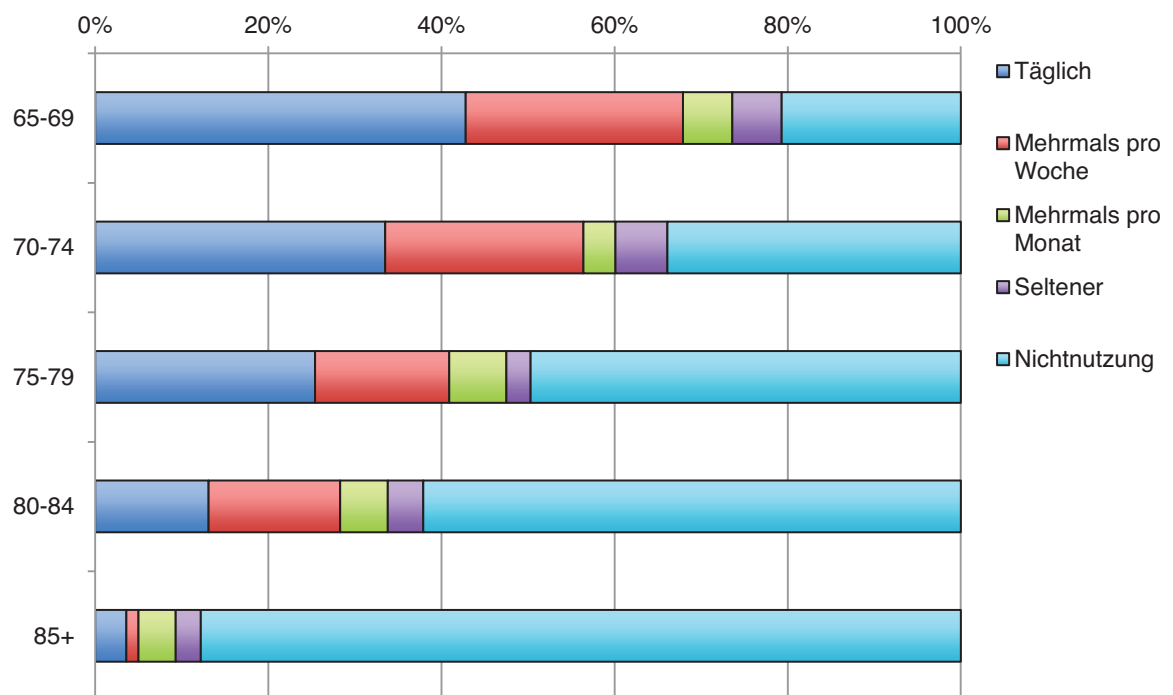


Abb. 12: Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (gewichtete Stichprobe)

Nach der Gewichtung sind immer noch 68 % bei den Männern Onliner und 46 % bei den Frauen. Kaum Veränderung zeigt sich, wenn in der gewichteten Stichprobe die Nutzung nach Altersgruppen differenziert wird (Abb. 12): Zwar ist in allen Altersgruppen die Nutzung etwas geringer, das Gesamtbild der Altersabhängigkeit verändert sich aber nicht. Gerade bei den Personen ab 80 Jahren ist die Nutzung trotz Nachgewichtung fast gleich. Der Gesamteffekt geringerer Nutzung in der gewich-

teten Stichprobe ist vor allem darauf zurückzuführen, dass jetzt die Älteren insgesamt sowie Menschen mit geringerer Ausbildung in den jüngeren Altersgruppen stärker ins Gewicht fallen.

Alle nachfolgenden Analysen beziehen sich wieder auf ungewichtete Daten, das heisst auf die Ergebnisse in der echten Stichprobe.

5.2.2 Internetnutzung im Zeitvergleich

Ein Vergleich der beiden durchgeführten Befragungsstudien (2009 und 2014) zeigt auf, dass sich der Anteil der Onliner in der Altersgruppe 65 plus deutlich erhöht hat (siehe Abb. 13 und Tabelle 4). Werden die gewichteten Daten beider Erhebungen (siehe Tabelle 4) berücksichtigt, ist der Anstieg deutlich erkennbar; so steigt die Anzahl der Onliner (weiterer Nutzerkreis) von 37.8 % auf 55.7 %. Die Differenz zwischen beiden Werten entspricht etwa 18 Prozentpunkten, dies entspricht einem relativen Anstieg um 47.4 %.

Tab. 4 Vergleich der Erhebungen 2009 und 2014	2009	2014
Gewichtete Daten		
Onliner (weiterer Nutzerkreis)	37.8	55.7
Onliner (engerer Nutzerkreis)	29.5	45.8
Ungewichtete Daten		
Onliner (weiterer Nutzerkreis)	43.5	60.4
Onliner (engerer Nutzerkreis)	33.7	50.2

Anmerkungen: Prozentangaben. Weiterer Nutzerkreis: Innerhalb der letzten 6 Monate mindestens eine gelegentliche Nutzung. Engerer Nutzerkreis: Innerhalb der letzten 6 Monate eine Nutzung von mindestens mehrmals pro Woche. Gewichtung erfolgte nach Altersgruppen, Bildung und Hauptsprache.

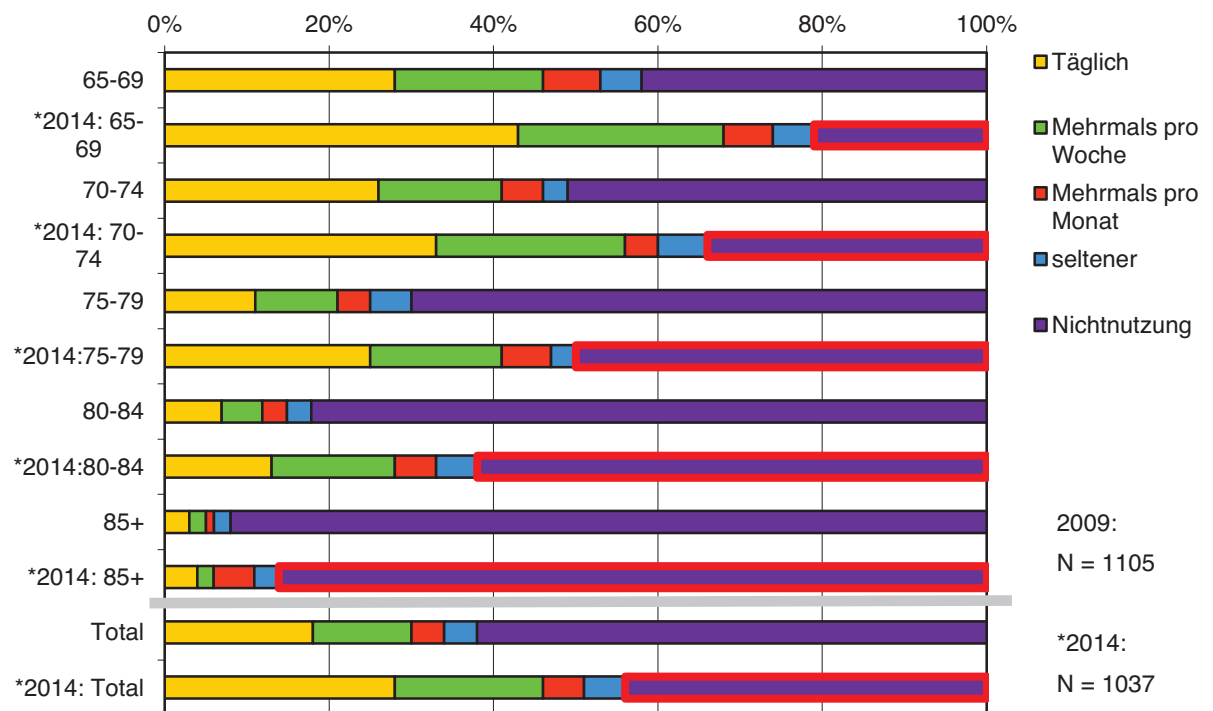


Abb. 13: Nutzungsvergleich 2009 zu 2014 (gewichtete Daten)

Wird die natürliche Alterung (5 Jahre) seit 2009 einbezogen, sollte der direkte Vergleich der älter gewordenen Kohorte berücksichtigt werden. Das bedeutet, es sollten damalige 65jährige mit heutigen 70jährigen verglichen werden. Auch dieser Vergleich zeigt einen, wenn auch geringeren, Anstieg der Internetnutzung insbesondere bei den heute 70-74jährigen und 80-84jährigen (siehe Abb. 14), welche darauf schliessen lässt, dass der Anstieg nicht nur kohortenspezifisch erfolgt ist, sondern auch individuell begründbar ist. Einzig bei den heute 85-89jährigen ist eher ein leichter Rückgang zu beobachten; dieser kann aber u.a. mit allfälligen gesundheitlichen Hindernissen bei der Internetnutzung erklärt werden, welche die Nutzung in dieser spezifischen Personengruppe erschwert. Leider sind die vorliegenden Daten Querschnittsdaten und keine echten Längsschnittsdaten, womit direkte Veränderungen auf individueller Ebene nicht abbildbar sind.

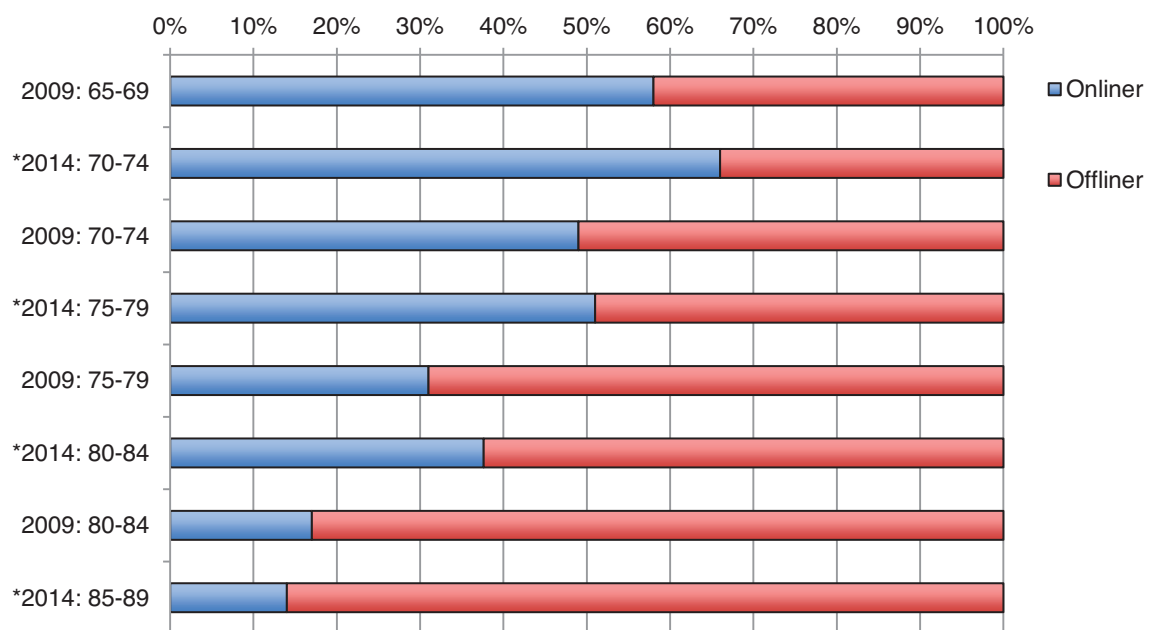


Abb. 14: Veränderungen der Internetnutzung zwischen den vergleichbaren Kohorten (gewichtete Daten)

5.3 Merkmale der Onliner und Offliner

Als erste Beschreibung der Gruppe der Onliner und Offliner soll nachfolgende Tabelle 5 angeführt werden. Hier lassen sich die wichtigsten soziodemografischen Gruppenmerkmale herauslesen.

Es ist aus der Tabelle herauszulesen, dass Onliner eher Männer sind und in der Regel jünger. Hieraus ergibt sich auch die höhere Anzahl der Personen in Partnerschaft und in Privathaushalten. Bei den befragten Onlinern haben mehr Personen eine höhere Ausbildung und ein höheres Haushaltseinkommen.

Tab. 5 Merkmale nach Internetnutzung, in Prozenten

		2014			2009
		Onliner N = 626	Offliner N = 411	Alle N = 1037	Onliner N = 481
Geschlecht	Mann	56	34	47	55
	Frau	44	66	53	45
Altersgruppen	65-69	39	14	29	52
	70-74	32	21	28	27
	75-79	17	23	19	14
	80-84	9	19	13	6
	85+	3	22	10	2
Sprache	Französisch	21	17	19	20
	Deutsch	71	70	70	73
	Italienisch	8	14	10	7
Zivilstand	ledig	5	8	6	6
	verheiratet oder in Partnerschaft	67	49	60	75
	verwitwet	14	34	22	10
	geschieden oder getrennt lebend	13	8	11	9
Staatsangehörigkeit	Schweizer/in	95	93	94	94
	andere Staatsangehörigkeit	5	7	6	6
Haushaltsform	Privathaushalt	98	90	95	99
	Kollektivhaushalt	2	10	5	1
Personen im Haushalt	1 Person	29	48	36	25
	2 Personen	68	49	60	69
	3 und mehr Personen	3	4	3	6
Schule/Ausbildung	Obligatorische Schule: Primarschule	10	31	18	8
	Sekundarstufe II (Berufsbildung)	51	51	51	52
	Sekundarstufe II (Allgemeine Bildung)	7	6	6	7
	Tertiärstufe (höhere Berufsbildung)	14	6	11	14
	Tertiärstufe (Hochschulen)	19	6	14	19
Haushaltseinkommen (CHF)	Bis 2'000	3	8	5	2
	2'001 bis 4'000	24	48	33	21
	4'001 bis 8'000	47	39	44	52
	Mehr als 8'000	26	5	18	25
Total (pro Variable)		100 %	100 %	100 %	100 %

Spaltenprozente, gültige Angaben (ungewichtete Daten). Lesebeispiel: 44 % der Onliner sind Frauen, 56 % Männer.

Werden die Daten aus der Erhebung von 2009 berücksichtigt (siehe letzte Spalte in Tab. 5) zeigt es sich, dass die Gruppenmerkmale zwischen der letzten und aktuellen Erhebung nicht stark variieren. Dies spricht dafür, dass sich die Gruppenmerkmale der Onliner in den letzten 5 Jahren nicht massgeblich geändert haben und wir immer noch z.B. eine Einkommens- und Bildungskluft feststellen können.

5.3.1 Funktionen, Bedürfnisse, Motive und Nutzen

5.3.1.1 Elektronische Geräte im Haushalt

Zweifellos hängt die Internetnutzung auch vom Vorhandensein der entsprechenden technischen Infrastruktur, etwa der Verfügbarkeit eines Computers, ab. So ist es auch nicht verwunderlich, dass 61 % der Onliner einen stationären Computer besitzen und 62 % einen portablen Computer. Dagegen besitzen nur 15 % der Offliner einen stationären und 10 % einen portablen Computer. Es ist zu vermuten, dass ein grosser Teil dieser Computer an sich internetfähig wäre, aber dazu nicht genutzt wird. Werden die Daten mit der Erhebung aus dem Jahre 2009 verglichen, zeigt es sich, dass in der aktuellen Erhebung viel mehr Onliner einen portablen Computer (50 % zu 62 %) und dafür seltener einen stationären Computer (73 % zu 61 %) haben.

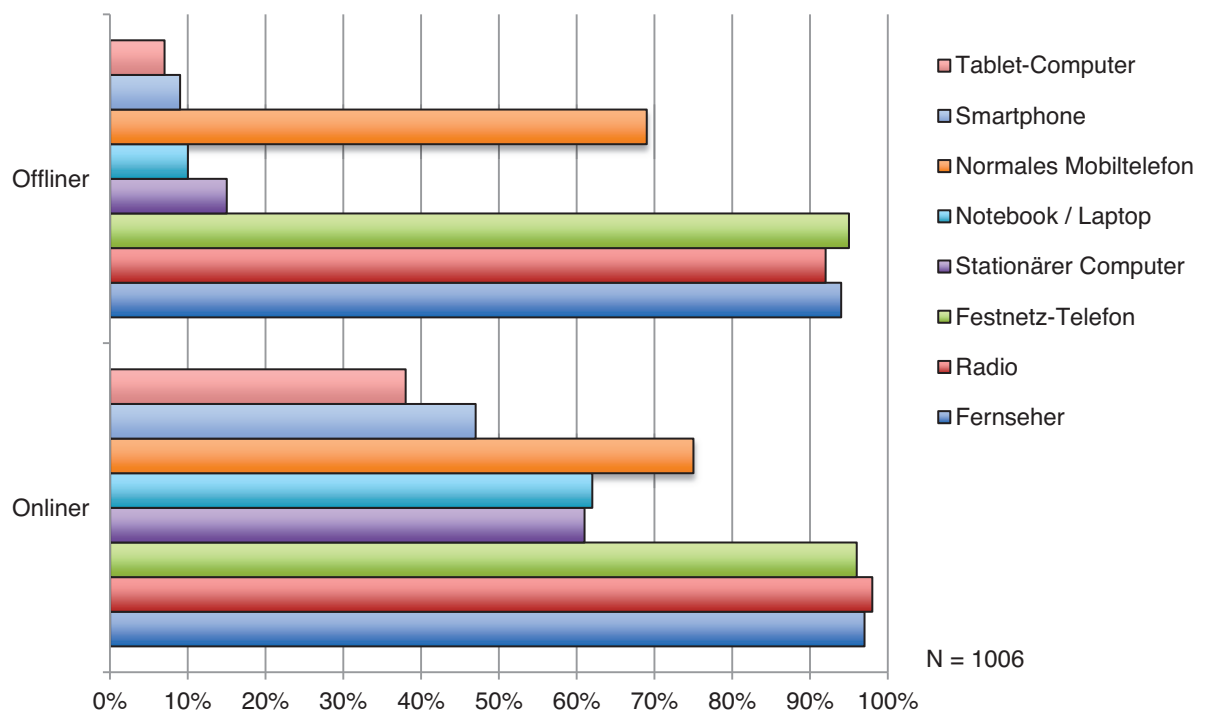


Abb. 15: Elektronische Geräte im Haushalt

Während sich die Ausstattung an Unterhaltungs- und Kommunikationstechnik zwischen On- und Offliner hinsichtlich Fernseher, Radio und Festnetz- und Mobil-Telefon kaum unterscheidet und bei beiden Gruppen mehrheitlich vorhanden ist, haben Onliner deutlich häufiger ein Smartphone und/oder ein Tablet-Computer im Haushalt (siehe Abb. 15). Interessant ist, dass in der Erhebung aus dem Jahr 2009 noch über 90 % der Onliner ein Mobiltelefon hatten, und heute nur noch 75 %. Jedoch kann vermutet werden, dass heute mehr Smartphones als herkömmliche Mobiltelefone genutzt wer-

den; leider kann dies nicht genau überprüft werden, da in der damaligen Erhebung der Smartphone- und Tablet-Besitz nicht abgefragt wurde (entsprechende Geräte aber auch noch wenig verbreitet waren). Für die aktuelle Erhebung ist die relativ hohe Anzahl der Smartphones und Tablet-Computer sowie der Rückgang der stationären Computer bei den Onlinern ein Zeichen dafür, dass zunehmend mobile Endgeräte wichtiger werden (siehe Kapitel 6).

5.3.1.2 Nutzung einseitiger und interaktiver Medien

Eine Frage, welche sich im Kontext der Internetnutzung oft stellt, ist, ob das Internet in Konkurrenz zu anderen, eher traditionellen Medien steht. Abbildung 16 macht deutlich, dass dies nicht der Fall ist; auch Onliner haben eine ähnlich hohe Mediennutzung wie Offliner im selben Alter. Mit Ausnahme des Fernsehens besteht sogar eine leichte Tendenz zur Mehrnutzung durch Onliner. Das Radio, der Fernseher und die Tageszeitung sind in dieser Altersgruppe wichtige tägliche Medien zur Informationsaufnahme. Das Festnetz-Telefon wird von über 50 % aller befragter Personen täglich genutzt. Einzige Briefe schreiben nur etwa 20 % der über 65jährigen Personen mindestens wöchentlich.

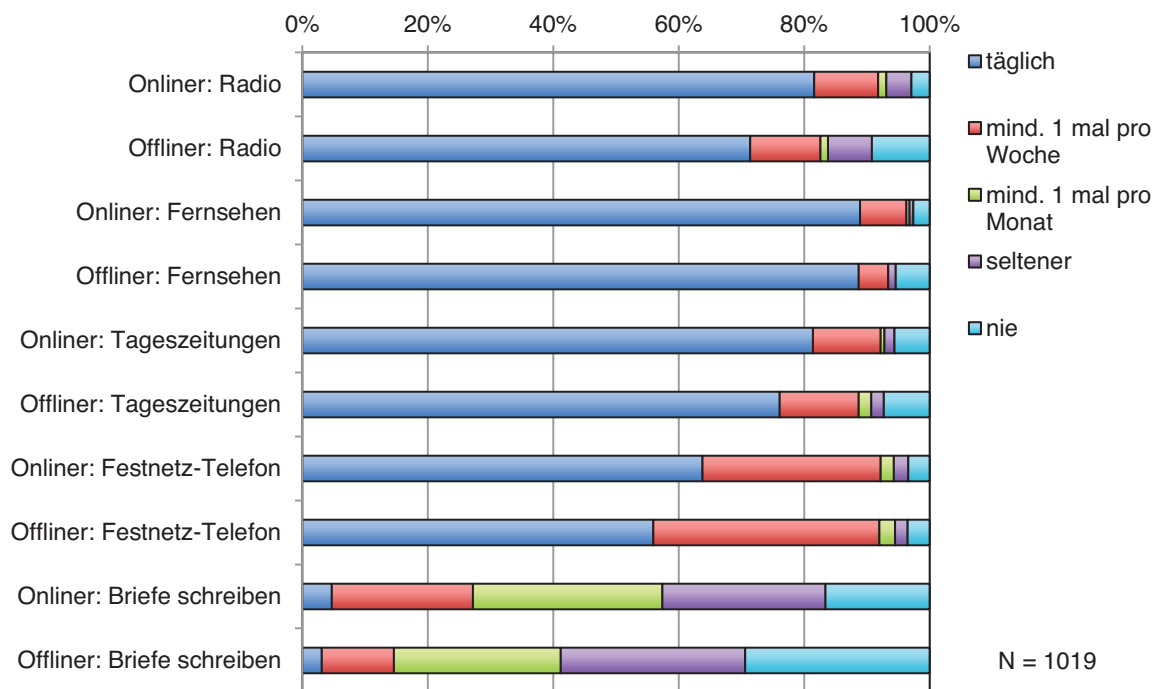


Abb. 16: Nutzung einseitiger und mehrseitiger Medien

Mit der hier beobachteten Ähnlichkeit beider Gruppen (On-/Offliner) bestätigt sich eine generelle Beobachtung der Medienforschung, dass neue Medien die alten nicht unbedingt obsolet machen, sondern ergänzen, auch wenn sie auf den ersten Blick ähnliche Bedürfnisse erfüllen.

5.3.1.3 Nutzungsort

Neben der Frage *wie häufig* das Internet genutzt wird, ist es auch wichtig zu fragen, *wo* das Internet genutzt wird. Der Nutzungsort wurde mit einer Mehrfachantwortmöglichkeit versehen, das bedeutet, dass die Angaben sich auf mehr als 100 % addieren, nämlich auf 226 %, was bedeutet, dass durchschnittlich 2.3 Nutzungsorte genannt wurden (siehe Ab. 17). Dies bedeutet auch, dass viele Personen

das Internet nicht nur im eigenem Haushalt nutzen, sondern auch bei anderen Personen oder gar mobil (unterwegs).

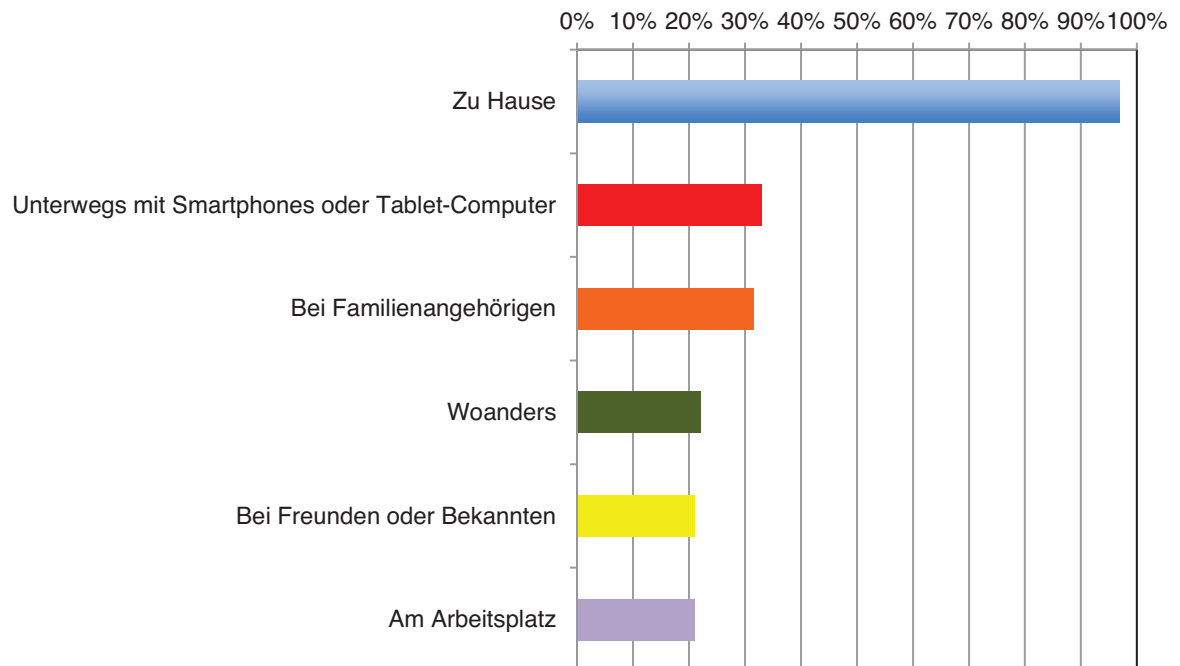


Abb. 17: Nutzungsorte des Internets (nur Onliner, N = 626)

Allein 34 % der Onliner, welche angaben, das Internet zuhause oder unterwegs zu nutzen, nutzen das Internet sowohl zuhause als auch unterwegs. Mit 33 % ist die mobile Nutzung bereits schon relativ häufig, zumindest häufiger als die Nutzung innerhalb anderer Haushalte (Freunde, Familienangehörige, Arbeitsplatz). Zur mobilen Internetnutzung wird in Kapitel 6 ausführlicher berichtet.

5.3.1.4 Genutzte und interessante Internetanwendungen

Die teilnehmenden Onliner wurden anhand einer Liste gefragt, welche Internet-Anwendungen sie in den letzten drei Monaten eingesetzt haben und welche sie – wenn noch nicht genutzt – interessant finden. Die Offliner erhielten eine analoge Frage nach interessanten Anwendungsmöglichkeiten vorgelegt.

In der ersten Auswertung werden die stationär (am Computer) genutzten Online-Anwendungen vorgestellt; im Kapitel 6 werden zusätzlich die Anwendungen auf einem Mobilgerät (Smartphone oder Tablet-Computer) dargestellt.

Die Rangfolge der Nutzungsarten (Abb. 18) entspricht weitgehend der Rangfolge der Erhebung aus dem Jahr 2009. Mit 85 % wird die Liste angeführt von Emails senden und empfangen, gefolgt von allgemeiner Informationssuche, Suche und Abrufen von Fahrplan- und Reiseinformationen, Informationen über Ämter und Behörden sowie zu Gesundheitsthemen. Interessant ist, dass die in der aktuellen Erhebung neu eingeführte Rubik „Navigation“ gleich hoch bewertet wird und 66 % angeben, dass sie diese Anwendung im Internet nutzen. Von weniger als 50 % genutzt werden Angebote wie online Zeitungen / Zeitschriften lesen, Kauf von Waren und Internet-Banking. Von weniger als 30 % werden Angebote wie online telefonieren oder chatten, Radio oder Videos sehen und Musik oder Bilder

herunterladen genutzt. Weitere Angebote wie digitales Fernsehen über das Internet, der Verkauf von Waren und das Nutzen von sozialen Netzwerken werden von weniger als 20 % der befragten Onliner genutzt. Mit 7 % Nutzungshäufigkeit nimmt die Teilnahme an einem Internetforum das Schlusslicht ein.

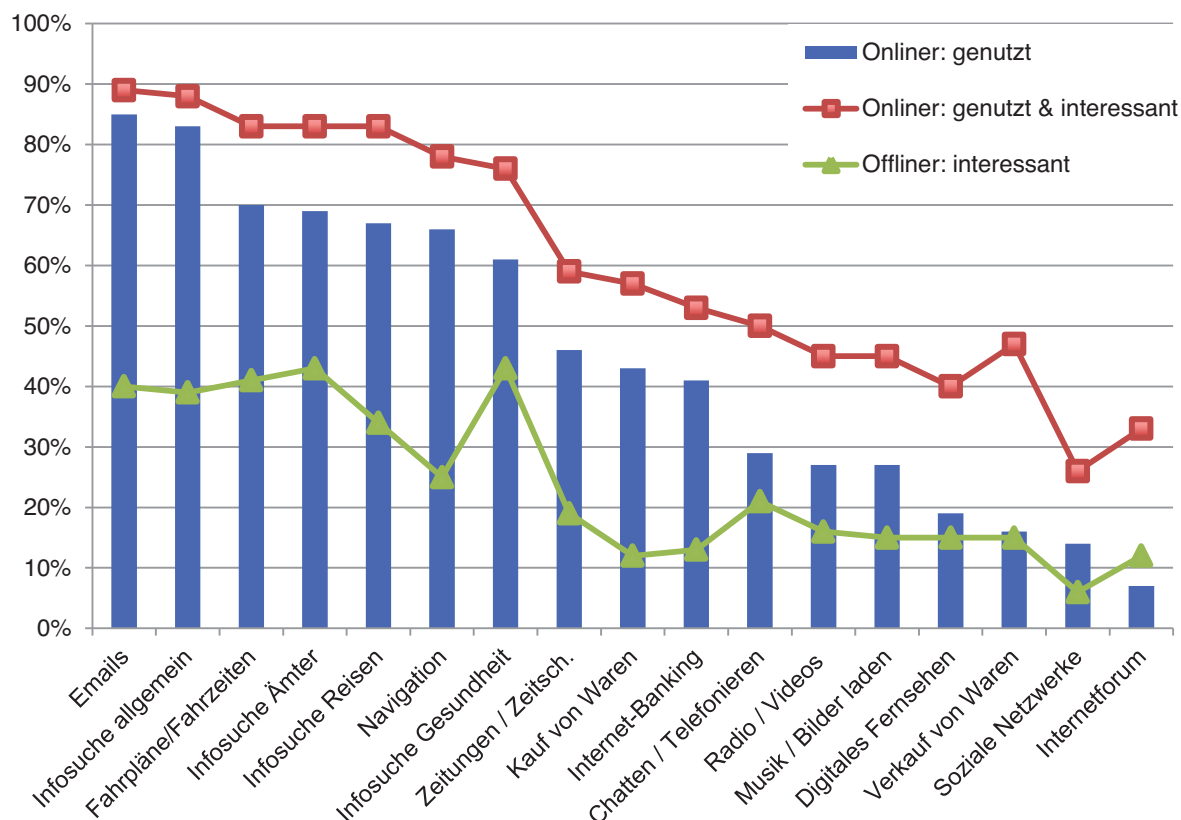


Abb. 18: Genutzte und interessante Internetanwendungen der On- und Offliner (Onliner N = 626; Offliner N = 411)

Auch bisher nicht genutzten Anwendungen bringen Onliner zu einem grossen Teil Interesse entgegen. So besitzen von den vorher genannten Nutzungszwecken lediglich Radio/Fernsehen, Herunterladen von Bildern/Musik, Verkauf von Waren und die Teilnahme an sozialen Netzwerken oder Internetforen ein Potenzial von weniger als 50 % Interesse (bei Kumulation mit bisheriger Nutzung). Diese Anwendungen werden somit von weniger Personen als attraktiv bewertet.

Das Interesse der Offliner an den aufgelisteten Anwendungen entspricht – wie bereits 2009 festgestellt wurde – einer ähnlichen Prioritätenliste wie der Liste der Onliner, wenn auch auf deutlich tieferem Niveau. So sind die von Onlinern häufig genutzten Anwendungen auch für rund 30-40 % der Offliner von Interesse, für die übrigen interessieren sich lediglich 10-20 %. Auf das grösste Interesse stossen bei Offlinern Online-Fahrpläne öffentlicher Verkehrsmittel (43 %) und die Suche im Internet zu Gesundheitsthemen (43 %), nur wenig interessant sind soziale Netzwerke (6 %).

Bei der Erhebung wurden anhand von 17 Indikatoren die Gründe (im Sinne konkreter Anwendungszwecke) für die Internetnutzung ermittelt. Es wurden dazu die Internetanwendungen herangezogen, die sowohl von den Onlinern als auch von den Offlinern als genutzt bzw. interessant bewertet wurden.

den. Zur Strukturierung wurde eine explorative Faktorenanalyse (PCA) der 17 Indikatoren durchgeführt, die 2 Faktoren ergab (Kaiser-Meyer-Olkin-Mass = 0.95, Bartlett-Test Chi-Quadrat = 5871.04, $df = 136$, $p = 0.000$). Die beiden Faktoren können sinngemäss nach allgemeinen Such- und Kontaktformen versus spezifischen Anwendungen unterschieden werden (siehe Tab. 6).

Tab. 6: Faktoren der genutzten/interessanten Internetanwendungen

Faktor 1: Allgemeine Such- und Kontaktformen	Faktor 2: Spezifische Anwendungen
Senden und Empfangen von Emails	Telefonieren oder Chatten über das Internet
Fahrpläne oder Fahrzeiten abrufen	Digitales Fernsehen
Informationssuche auf den Internetseiten von Ämtern	Radio hören oder Videos sehen
Informationssuche über Gesundheitsthemen	Herunterladen von Musik, Bildern oder Spielen
Informationssuche über Reisen und Unterkünfte	Lesen von Zeitungen oder Zeitschriften über das Internet
Sonst allgemeine Informationen im Internet suchen	Internet-Banking
Navigation	Kauf von Waren oder Dienstleistungen
	Verkauf von Waren oder Dienstleistungen
	Teilnahme an einem Internetforum
	Teilnahme in sozialen Netzwerken

Anhand der prozentualen Verteilung (siehe Abb. 18) kann festgestellt werden, dass die allgemeinen Such- und Kontaktformen von den Onlinern öfter verwendet und von den Offlinern als interessant bewertet werden als die spezifischen Anwendungen. Diese Beobachtung konnte bereits 2009 gemacht werden und bestätigt, dass im Personenkreis der 65jährigen und älteren die alltäglichen Anwendungen, wie Emails schreiben, Fahrpläne abrufen und Informationssuche im Internet einen direkten Nutzen versprechen und somit auch positiv bewertet werden. Die spezifischen Anwendungen scheinen in dieser Altersgruppe bei vielen auf weniger Interesse zu stossen.

5.3.1.5 Zukünftige Nutzungsabsichten

Um auch die zukünftige Nutzungserwartung abzubilden, wurden die Onliner gefragt, ob sie selber in Zukunft das Internet weiterhin nutzen werden; den Offlinern wurde die Frage gestellt, ob sie in Zukunft das Internet (neu/wieder) nutzen werden.

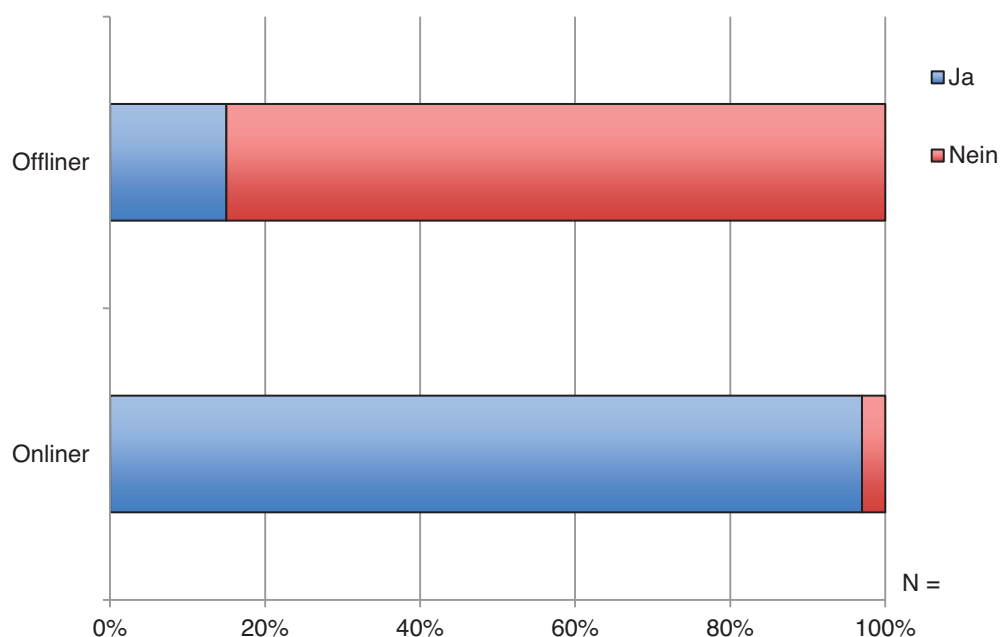


Abb. 19: Nutzungsabsicht in Zukunft

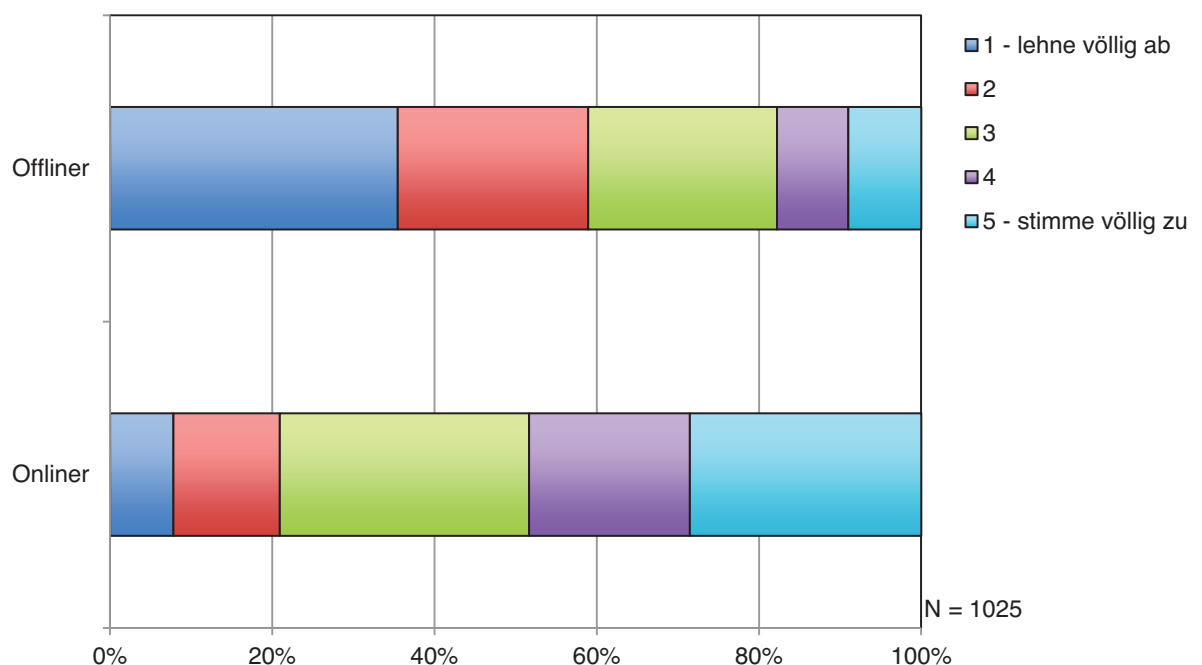
Der Unterschied zwischen On- und Offlinern ist – wie angenommen – sehr deutlich: 97 % der Onliner, aber nur (bzw. doch immerhin) 15 % der Offliner bejahen die Frage und bringen eine zukünftige Nutzungsabsicht zum Ausdruck (siehe Abb. 19). Bei der damaligen Erhebung von 2009 lag der Anteil bei den Onlinern auch bei 97 %, jedoch gaben nur 12 % der Offliner eine zukünftige Nutzungsabsicht an; dies würde bedeuten, dass für einige der aktuell befragten Offlinern eine potenzielle Nutzung in der näheren Zukunft realistisch ist.

Werden nur die 53 Offliner berücksichtigt, welche angaben, dass sie in Zukunft das Internet nutzen möchten, wird deutlich, dass unter ihnen vorwiegend Frauen (68 %) zwischen 65 und 80 Jahren mit einer eher durchschnittlichen Bildung (83 % mit allgemeiner Schul- oder Berufsausbildung) sind, welche zu zweit oder allein (je 50 %) im Privathaushalt leben und bereits ein Mobiltelefon oder Smartphone (teilweise auch Tablet-Computer) nutzen.

5.3.2 Einstellungen

5.3.2.1 Einstellungen zu Technik

Bereits innerhalb der Erhebung aus dem Jahre 2009 konnte aufgezeigt werden, dass die Internetnutzung etwas mit der generellen Technikaffinität zu tun hat. In der aktuellen Erhebung geben 48 % der Onliner an, dass sie sich sehr für neue technische Dinge interessieren, hingegen tun dies nur 18 % der Offliner (siehe Abb. 20). Ein ähnliches Verhältnis konnte auch 2009 festgestellt werden. Unter den Onlinern, die angaben, sie seien eher technikaffin, lassen sich vorwiegend Männer im Alter zwischen 65 und 75 Jahren und einem etwas höheren Bildungsstand wiederfinden.

**Abb. 20:** Aussage „Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge“

Eine ähnliche Verteilung zwischen Onlinern und Offlinern und auch zwischen den Geschlechtern zeigt sich bei der Aussage „Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig“, welche die befragten Personen für sich ablehnen oder denen sie zustimmen sollten. Insgesamt schätzen

41 % aller befragten Personen die Bedienung als eher bis völlig schwierig ein; für 30 % ist die Bedienung eher bis gar nicht schwierig. Onliner geben seltener (32 %) an, dass ihnen die Bedienung moderner technischer Geräte schwer fällt, wohingegen dies 54 % der Offliner angeben (siehe Abb. 21). 36 % der Männer, aber 45 % der Frauen geben an, dass ihnen die Bedienung moderner technischer Geräte eher bis völlig schwer fällt.

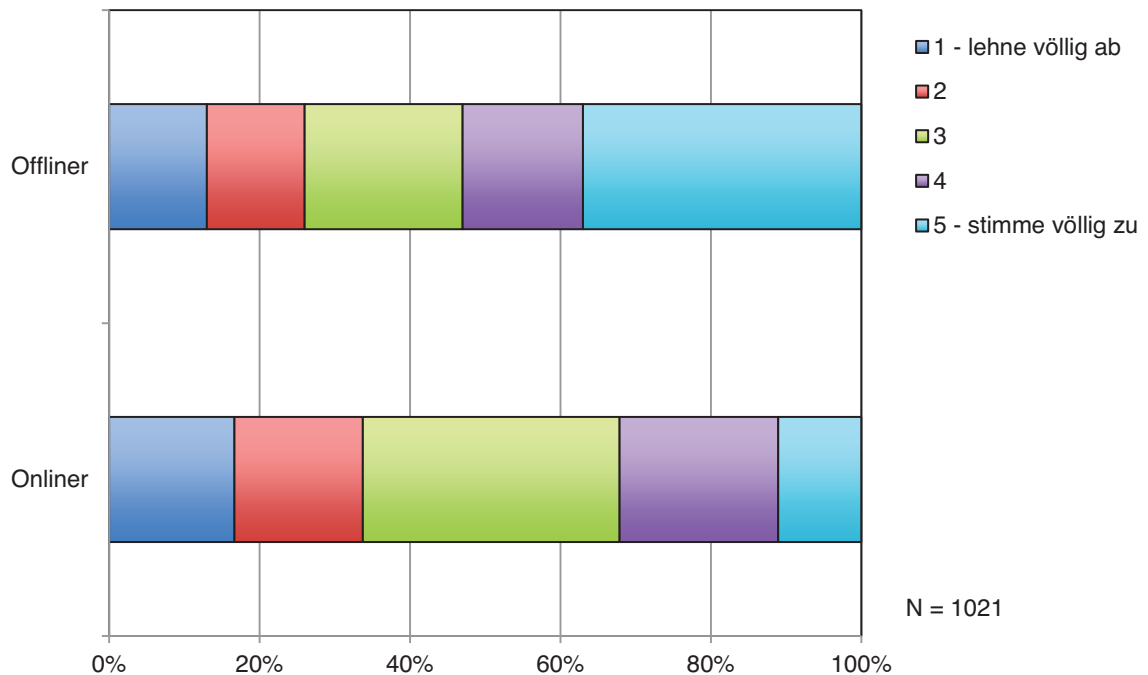


Abb. 21: Aussage „Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig“

Auch den Aussagen „Der technische Fortschritt muss immer weiter gehen“ und „Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen“ stimmen Onliner häufiger zu als Offliner (siehe Abb. 22 und Abb. 23).

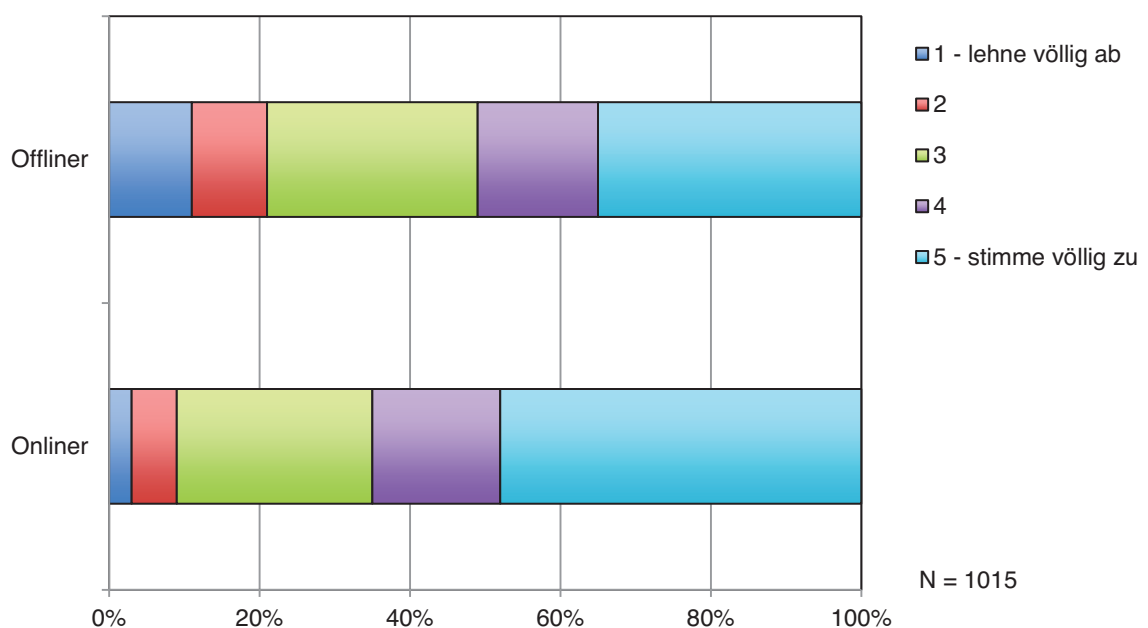


Abb. 22: Aussage „Der technische Fortschritt muss immer weiter gehen“

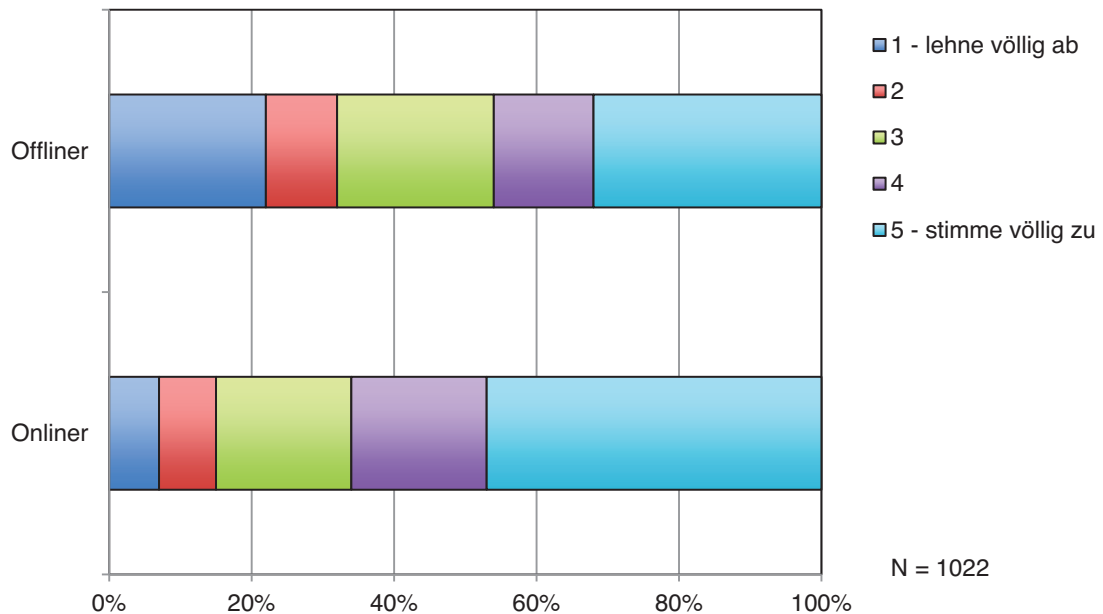


Abb. 23: Aussage „Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen“

5.3.2.2 Einstellungen und Meinungen zum Internet

Mit der Zustimmung oder Ablehnung zu einer Reihe von Aussagen konnten die persönlichen Einstellungen und Meinungen zum Internet erfasst werden. Ein erster Teil der Aussagen sollte die positiven Möglichkeiten des Internets widerspiegeln. Die erste Aussage hierzu lautete „Das Internet ist anregend und faszinierend“ und wurde von 61 % der Onlineer als eher oder völlig zutreffend bewertet; Offliner hingegen geben dies nur zu 36 % an (siehe Abb. 24).

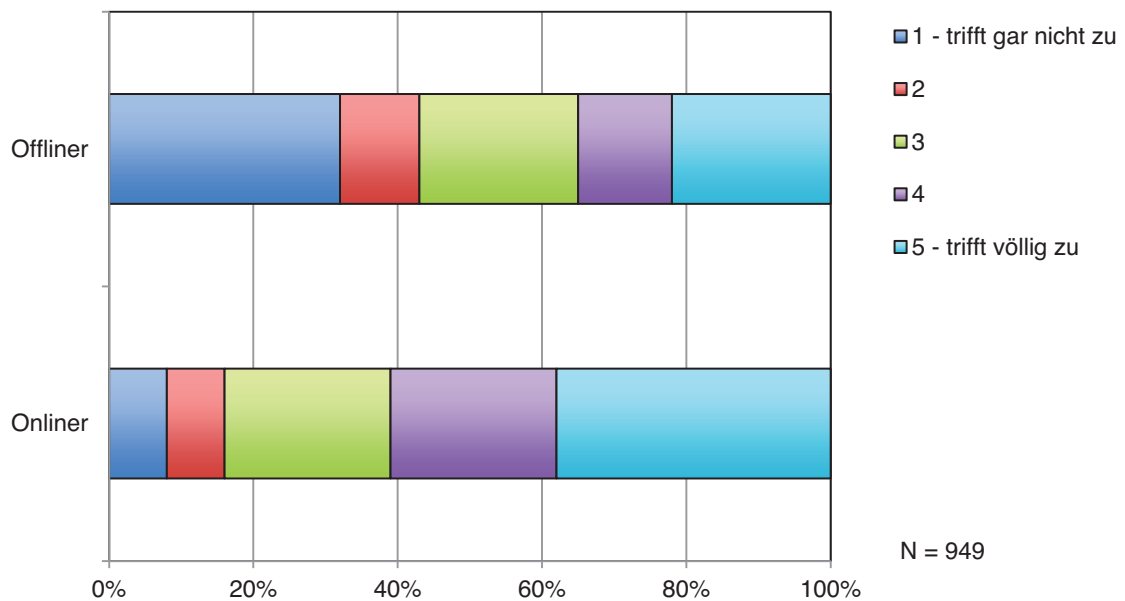


Abb. 24: Aussage „Das Internet ist anregend und faszinierend“

Auch die zweite Aussage „Das Internet erspart viel Lauferei“ wurde von den Onlineern eher als zutreffend bewertet: So bewerteten 63 % der Onlineer diese Aussage als eher oder völlig zutreffend für sich,

wohingegen nur 43 % der Offliner diese Meinung haben. Ebenso die dritte Aussage in diesem Themenfeld, welche lautete „Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen“, wurde von mehr Onlinern als Offlinern als eher oder völlig zutreffend für sich bewertet (54 % zu 35 %). Eine zu diesem Themenfeld gehörende negative Aussage, welche „Das Internet ist Zeitverschwendung“ lautete, wurde dagegen nur von 11 % der Onliner als eher oder völlig zutreffend bewertet, hingegen von 31 % der Offliner. Anhand dieser vier Aussagen kann festgestellt werden, dass Onliner eine positivere Meinung vom Internet haben als Offliner. Auch sehen Onliner mehr anziehende Aspekte in der Internetnutzung, als dies Offliner tun.

Rund die Hälfte der Offliner wie der Onliner stimmten der Aussage „Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen“ zu; 26 % bzw. 21 % lehnen diese Aussage ab (siehe Abb. 25). Beide Gruppen stellen, wie dies bereits 2009 der Fall war, mehrheitlich ein Defizit an „Alterssensibilisierung“ des Internets fest. Hierbei können zwei Dinge ausschlaggebend gewesen sein: Zum einen bedeutet dies, dass der Zugang für ältere Menschen teilweise eingeschränkt bzw. erschwert ist, aber zu einem anderen Teil bedeutet dies auch, dass die Internetseiten an sich nicht altersgerecht erscheinen (vgl. hierzu Darvishy & Seifert 2013).

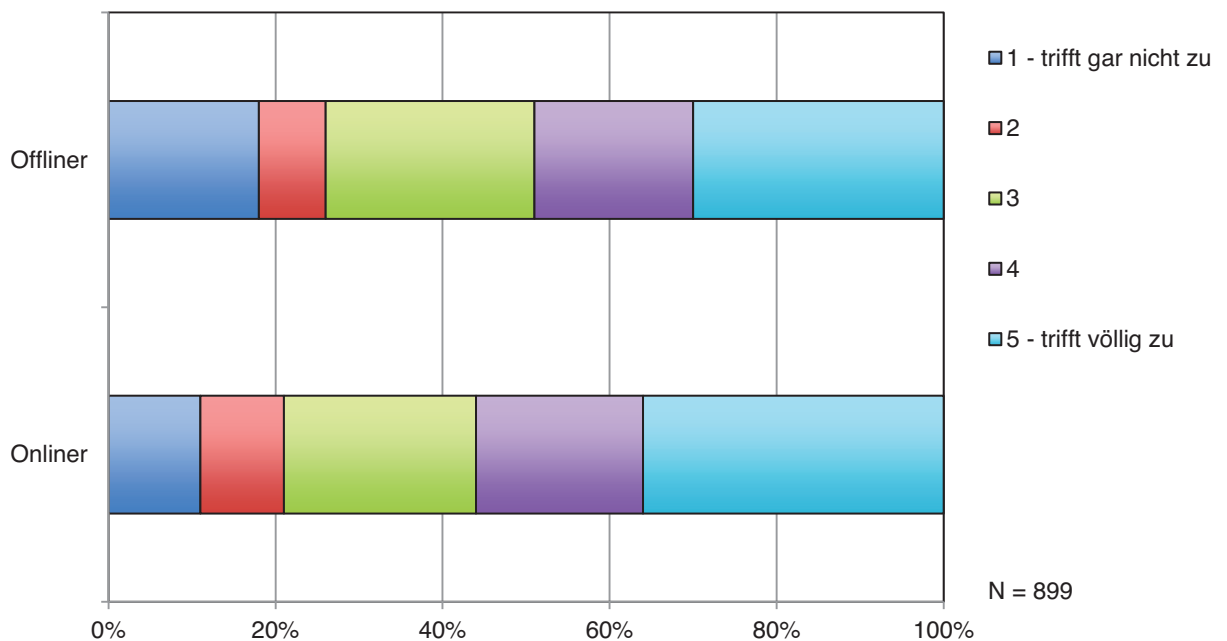


Abb. 25: Aussage „Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen“

Während die vorher beschriebenen Aussagen Meinungen zum Internet selber ausdrückten, geht es bei der Aussage „Auch die ‚ältere Generation‘ sollte das Internet nutzen“ um eine normative Bewertung des Internetgebrauchs. Klare 76 % der Onliner und 43 % der Offliner stimmen dieser Aussage eher oder völlig zu (siehe Abb. 26). Es zeigt sich hier, dass die Offliner zwar auch zu einem grösseren Teil diese normative Aussage unterstützen, dies aber nur bei den Onlinern die deutliche Mehrheit ist. Diese Zustimmung kann dann nicht nur als ein Zeichen einer normativen Haltung interpretiert werden, sondern auch als Empfehlung für andere, das Internet selber zu nutzen.

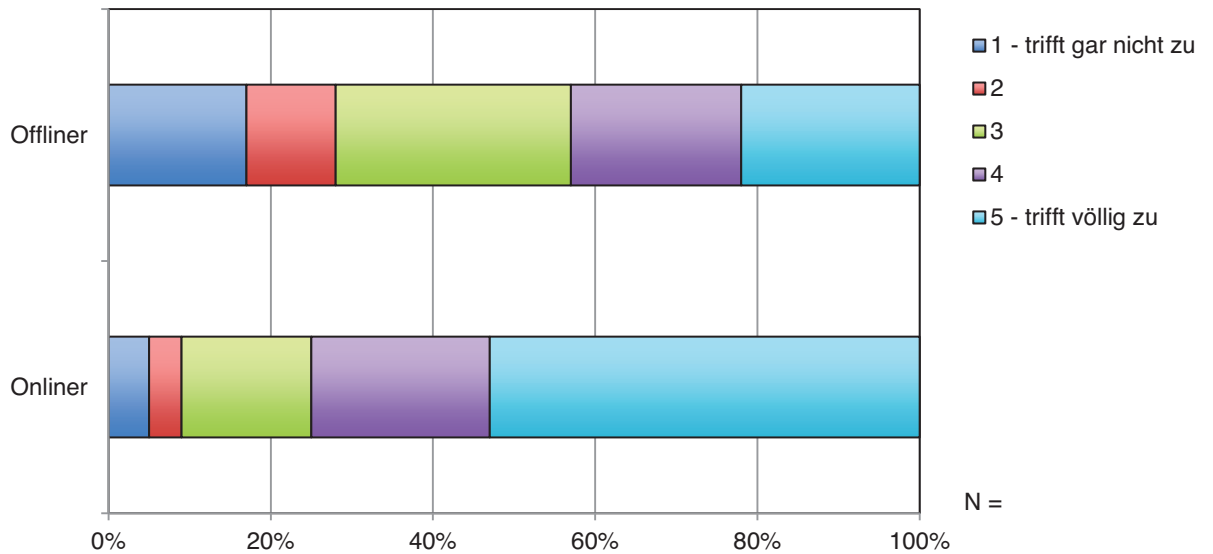


Abb. 26: Aussage „Auch die „ältere Generation“ sollte das Internet nutzen“

Eine weitere eher normative Aussage zum Internet ist folgende „Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können“. Hier zeigt sich, dass Onliner und Offliner diese Aussage eher ablehnen (49 % zu 65 %), dennoch 30 % der Onliner und 20 % der Offliner sagen, dass diese Aussage für sie eher oder völlig zutrifft (siehe Abb. 27). Zwischen der Bewertung der Aussage „Das Internet ist anregend und faszinierend“ und der gerade genannten Aussage ergibt sich eine signifikante positive Korrelation ($r = .354$, $p = .000$), was bedeutet, dass Personen, welche der einen Aussage zustimmen, eher auch der anderen Aussage zustimmen. Somit scheint das Internet für einige der älteren Personen nicht nur ein Anreiz zu sein, sondern auch eine gewisse normative Bedingung.

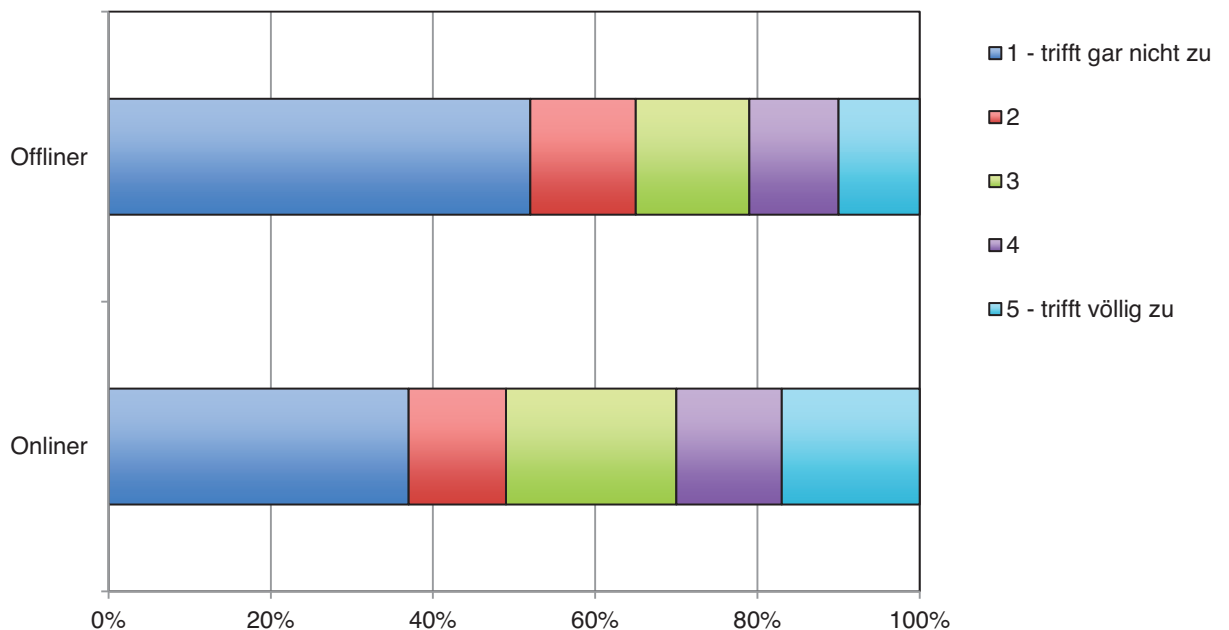


Abb. 27: Aussage „Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können“

In einem weiteren Fragenkomplex wurden die Meinungen zu den möglichen Auswirkungen des Internets auf das eigene Leben erfragt. Eine erste Aussage hierzu hiess: „Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbstständig zu bleiben“. Dieser Aussage stimmen 53 % der Onliner und 25 % der Offliner eher oder völlig zu. Allein 43 % der Onliner geben an, dass diese Aussage für sie selber völlig unzutreffend ist. Daran wird erkennbar, dass Onliner stärker die Nutzenvorteile des Internets hervorheben und vermutlich auch realistisch einschätzen können, hingegen sehen Offliner für sich nur wenig Nutzen in der Anwendung des Internets.

Neben der Frage zur Bedeutung des Internets auf die Selbstständigkeit im Alter konnten noch drei zusätzliche Dimensionen des Nutzens des Internets erfragt werden: Genereller Einfluss, Sicherheit und Freiheit. Alle Aussagen wurden von den Onlinern jeweils zu etwa einem Drittel (30 % - 36 %) und von einer doch nennenswerten Anzahl der Offliner (15 % - 20 %) eher oder völlig als zutreffend bewertet. Die Antworten bestärken die bereits in der Studie aus dem Jahr 2009 formulierte Vermutung, dass etwa 15 % der heutigen Offliner grundsätzlich motiviert wären, den Einstieg in die Internetnutzung zu wagen und im Internet einen direkten Nutzengewinn sehen.

Der Vergleich mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2009 (nur vergleichbare Aussagen) zeigt weniger systematische Unterschiede zwischen den Erhebungsgruppen (siehe Tab. 7). Es kann daher eher betont werden, dass sich die dargestellten Unterschiede zwischen On- und Offlinern auch in der aktuellen Studie bestätigen und demzufolge systematisch stabil scheinen.

Tab. 7: Jahresvergleich der Einstellungen zum Internet

Aussagen	Daten 2009		Daten 2014	
	Mittelwert Onliner	Mittelwert Offliner	Mittelwert Onliner	Mittelwert Offliner
<i>Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen</i>	3.48	2.92	3.49	2.83
<i>Das Internet erspart viel Lauferei</i>	3.67	3.06	3.77	3.09
<i>Das Internet ist anregend und faszinierend</i>	3.77	2.77	3.75	2.83
<i>Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen</i>	3.42	3.31	3.59	3.34
<i>Das Internet ist Zeitverschwendung</i>	1.96	2.65	1.93	2.75
<i>Auch die „ältere Generation“ sollte das Internet nutzen</i>	4.22	3.23	4.15	3.20
<i>Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können</i>	2.61	1.99	2.62	2.13

Anmerkungen: Skala 1 „trifft gar nicht zu“ bis 5 „trifft völlig zu“

5.3.3 Befürchtungen und Ängste

5.3.3.1 Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung

Um mögliche Schwierigkeiten oder Hindernisse bei der Internetnutzung und damit auch Gründe für eine Nichtnutzung zu beleuchten, wurden Onliner gefragt, aktuelle oder frühere Schwierigkeiten anzugeben; Offliner wurden nach konkreten Gründen für die Nichtnutzung des Internets gefragt.

Bei den Onlinern sind folgende aktuelle Schwierigkeiten (siehe Abb. 28) bei der Nutzung des Internets die Spitzenreiter: Sicherheitsbedenken (56 %), Angst vor technischen Problemen (24 %) und geringe Glaubwürdigkeit der Informationen im Internet (23 %). Alle weiteren möglichen Schwierigkeiten wurden von deutlich unter 20 % der Onliner als aktuelle Schwierigkeiten genannt. Probleme mit den Fingern oder der Hand und zu hohe Kosten werden gar nur von 8 % der befragten Onliner genannt.

Etwas anders sieht die Struktur aus, wenn die Onliner über frühere, aber überwundene Schwierigkeiten berichten. Hier werden am häufigsten angegeben: Kompliziertheit der Benutzung (21 %), Aufwand des Erlernens (16 %), Angst vor technischen Problemen (14 %) und zu hohe Kosten (13 %). Dies sind die Bereiche, wo allfällige Schwierigkeiten am stärksten reduziert werden konnten.

Die Struktur der Gründe (siehe Abb. 28), die Offliner für die Nichtnutzung angeben, ähnelt den aktuellen und früheren Schwierigkeiten der Onliner. Da die Offliner mehr Schwierigkeiten angeben, scheinen die Befürchtungen und Hindernisse hier etwas stärker zu sein als diejenigen der Onliner. Am häufigsten geben die Offliner folgende Gründe für die Nichtnutzung des Internets an: Kompliziertheit der Benutzung (70 %), Sicherheitsbedenken (64 %) und zu hoher Aufwand beim Erlernen (63 %). Die anderen Gründe werden jedoch auch von ein Drittel der Offliner genannt, einzig Probleme mit den Fingern oder der Hand und nicht genügend Zeit zur Nutzung werden nur von etwa 20-25 % genannt.

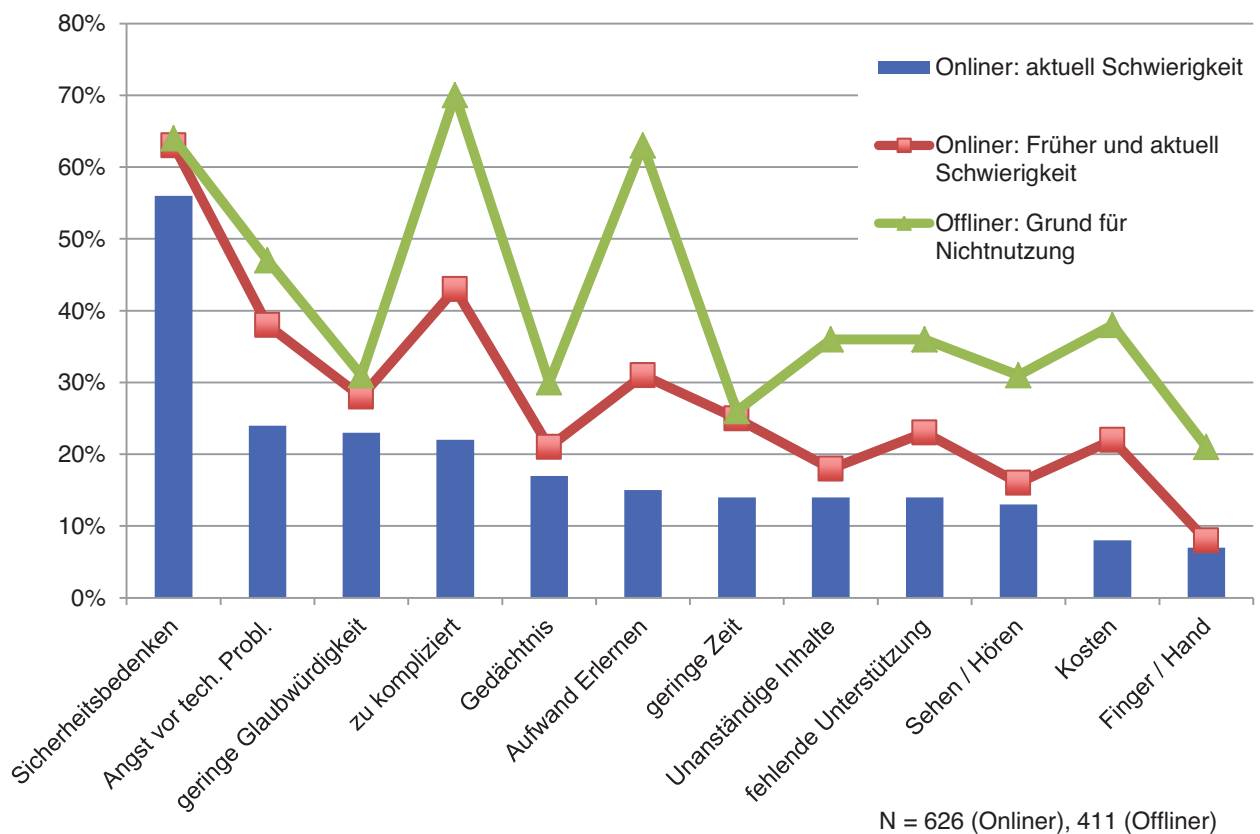


Abb. 28: Schwierigkeiten der Internetnutzung und Gründe der Nichtnutzung

Sicherheitsbedenken werden von Onlinern wie Offlinern sehr häufig genannt und zeigen, dass diese Schwierigkeit zwischen den Personengruppen übergreifend ein Thema ist. Interessant ist, dass Aspekte wie „Kompliziertheit“ und „Aufwand“ zwar von den Offlinern als sehr wichtige Gründe für die Nichtnutzung genannt werden, jedoch die Onliner in einer Bilanzierung eher angeben würden, dass diese Punkte zwar damalige Schwierigkeiten waren, sie diese aber überwunden haben oder sie vorher gar als grössere Hindernisse überschätzt hatten.

Im Vergleich zwischen On- und Offlinern fällt auf, dass von den Offlinern neben den Aspekten „Kompliziertheit“ und „Aufwand“ gerade „Kosten“, „unanständige Inhalte“ und „fehlende Unter-

stützung“ häufiger genannt wurden, als dies bei den Onlinern heute oder früher der Fall ist. Dies heisst zum einen, dass für 38 % der Offliner die Kosten der Internetnutzung (einmalige und regelmässige Kosten) ein Hindernis ist, aber aktuell nur für 8 % der Onliner. Ebenso geben nur 14 % der Onliner an, dass die fehlende Unterstützung ihnen heute die Internetnutzung erschwert, aber 36 % der Offliner geben dies als Grund für die Nichtnutzung an.

Zu den zwischen On- und Offliner vergleichbaren Aspekten in diesem Themenfeld wurden den Offlinern noch zwei zusätzliche Aspekte vorgelegt: „Sie sehen keinen Nutzen darin“ und „Eine andere Person ruft für Sie Informationen im Internet ab“. Der erste Grund wurde von 61 % der Offliner bejaht; was bedeutet, dass dieser Grund ein sehr wichtiger ist und für viele das Internet nicht den für sie persönlichen Nutzengewinn verspricht. Interessant ist, dass Offliner, welche zu den 39 % gehören, welche diesen Grund *nicht* angaben, eher angaben, dass das Internet viel Lauferei erspare und anregend und faszinierend sei. Der zweite für die Offliner zusätzlich offerierte Grund „Eine andere Person ruft für Sie Informationen im Internet ab“ wurde von 55 % der Offliner bejaht und zeigt auch, dass das Internet an sich vielleicht positiv bewertet wird, aber die Personen es selber nicht nutzen müssen, um an Informationen zu kommen (vgl. hierzu „Proxy-Nutzung“ bei Latzer et al 2013, S. 22). Unter den Personen welche diesen Grund angaben, sind mehr Frauen (70 %) als Männer (30 %).

Der Vergleich (siehe Tab. 8) zu den Ergebnissen der Studie aus dem Jahre 2009 zeigt auf, dass sich die Schwierigkeiten der aktuellen Nutzung und die Gründe der Nichtnutzung nicht wesentlich in der Häufigkeit ihres Auftretens verändert haben: Nach wie vor sind Sicherheitsbedenken bei On- wie Offlinern in dieser Altersgruppe stark vorhanden und erschweren bzw. schränken die Internetnutzung ein. Bei den Offlinern sind es vorallem die Aspekte „Kompliziertheit“ und „Aufwand“, welche damals und in der aktuellen Erhebung am häufigsten genannt werden. Interessant ist, dass in der aktuellen Erhebung die Kosten von den Offlinern stärker betont werden; gaben 2009 nur 33 % dies als Grund an, sind es in der aktuellen Erhebung bereits 38 %. Da die einmaligen wie laufenden Kosten eines Internetanschlusses in den letzten 5 Jahren eher gesunken sind, verwundert dieses Ergebnis etwas. Bei den Onlinern ist hier aber eine gegenläufige Entwicklung zu beobachten: Gaben 2009 noch 18 % der Onliner die Kosten der Internetnutzung als eine aktuelle Schwierigkeit an, sind es in der aktuellen Erhebung nur noch 8 %, dies entspricht dann eher der Erwartung.

Tab. 8: Jahresvergleich der aktuellen Schwierigkeiten und Gründe für die Nichtnutzung

Schwierigkeit / Grund in Prozenten	Daten 2009		Daten 2014	
	Onliner: Aktuell eine Schwierigkeit	Offliner: Grund für Nichtnutzung	Onliner: Aktuell eine Schwierigkeit	Offliner: Grund für Nichtnutzung
Sicherheitsbedenken	55	60	56	64
Angst vor tech. Problemen	29	51	24	47
Zu kompliziert	22	71	22	70
Glaubwürdigkeit der Inhalte	22	31	23	31
Kosten	18	33	8	38
Unanständige Inhalte	18	34	14	36
Schwierigkeiten Gedächtnis	18	27	17	30
Geringe Zeit	17	23	14	26
Aufwand Erlernen	16	60	15	63
Fehlende Unterstützung	15	33	14	36
Schwierigkeit Sehen / Hören	11	27	13	31
Schwierigkeit Finger / Hand	4	15	7	21

Anmerkungen: Auflistung der Aspekte nach Rangliste der aktuellen Schwierigkeiten bei den Onlinern im Jahr 2009. Prozente.

Für die Nichtnutzung des Internets können also 12 Gründe angeführt werden. Zur Strukturierung wurde eine explorative Faktorenanalyse (PCA) der 12 Indikatoren durchgeführt, die 3 Faktoren ergab (Kaiser-Meyer-Olkin-Mass = 0.79, Bartlett-Test Chi-Quadrat = 450.16, df = 66, p = 000). Die drei Faktoren können mit „Kosten/Sicherheit/Zeit“, „Sensorik/Gedächtnis“ und „Lernen/Technik“ betitelt werden (siehe Tab. 9).

Tab. 9 Faktoren der Gründe für die Nichtnutzung

Faktor 1: Kosten/Sicherheit/Zeit	Faktor 2: Sensorik/Gedächtnis	Faktor 3: Lernen/Technik
Unanständige Inhalte im Internet	Probleme mit den Fingern / Händen	Benutzung ist zu kompliziert
Sicherheitsbedenken	Schwierigkeiten mit dem Sehen / Hören	Zu hoher Aufwand beim Erlernen
Zu hohe Kosten	Probleme mit dem Gedächtnis	Angst vor technischen Problemen
Geringe Glaubwürdigkeit		Fehlende Unterstützung
Nicht genügend Zeit		

In der prozentualen Verteilung (siehe Abb. 28) zeigt es sich, dass die Rubrik „Lernen/Technik“, gefolgt von „Kosten/Sicherheit/Zeit“ von den Offlinern deutlich häufiger als Grund angegeben wird als „Sensorik/Gedächtnis“. Das heisst, an erster Stelle werden eigene Lern-Hindernisse und Technikprobleme angeführt und danach externe Gründe, die nicht mit eigenen Kompetenzen, sondern mit den Sicherheitsaspekten, Kosten, Inhalten oder der verfügbaren Zeit zu tun haben. Diese Beobachtung konnte auch 2009 gemacht werden.

5.3.3.2 Soziale Teilhabe durch Internetnutzung

Um den Aspekt der sozialen Teilhabe durch die Internetnutzung zu erfragen, wurde folgende Frage gestellt: „Würden Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen, wenn Sie das Internet nicht mehr nutzen könnten?“. Für die Offliner wurde folgende Frage gestellt: „Fühlen Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen, weil Sie das Internet nicht nutzen?“. Diese direkte, mit Ja oder Nein zu beantwortende Frage wurde von 33 % der Onliner und 14 % der Offliner bejaht (siehe Abb. 29). In der letzten Befragung (2009) bejahten ähnlich viele diese Frage (Onliner: 32 %, Offliner: 16 %).

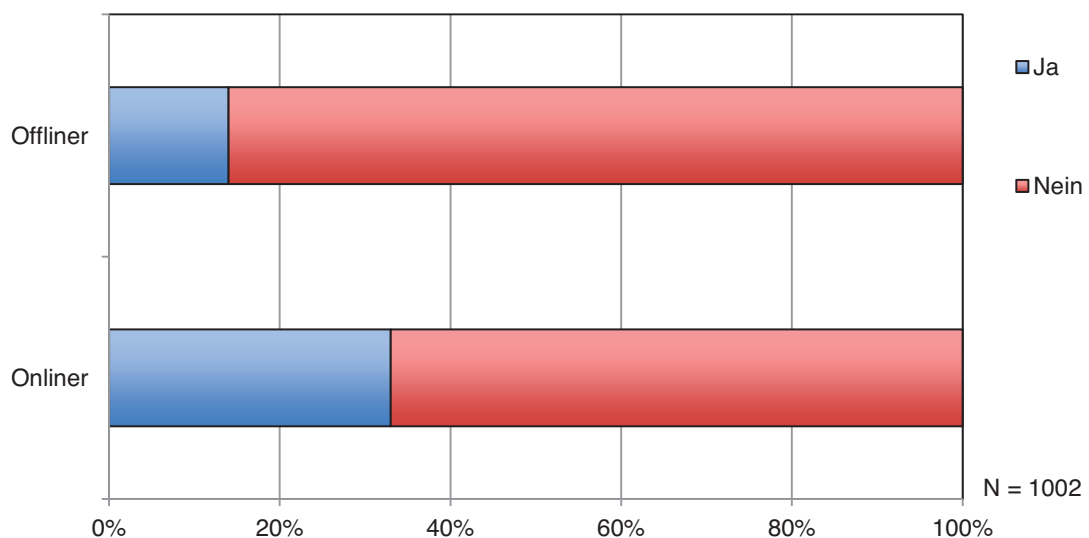


Abb. 29: Gefühl der Ausgeschlossenheit aus der Gesellschaft bei Nichtnutzung des Internets

Trotz der geringen Zustimmung zu dieser Aussage ist in der Selbstwahrnehmung eines Teils der befragten Personen die Gefahr eines Ausschlusses präsent, vermehrt bei den Onlinern, für die der Verlust des Internetzugangs auch ein Einschnitt in heute bestehende Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten bedeutet. So könnte bei einer Nichtmehrnutzung die eigene soziale Teilhabe am gesellschaftlichen (digitalen) Leben und an Informationen erschwert werden. Unter den Onlinern, welche angaben, dass sie der Aussage zustimmen, sind vorwiegend Personen zu finden, welche das Internet intensiv nutzen (51 % nutzen täglich das Internet). Interessant ist, dass sich der Anteil zwischen den Befragungen nicht gross geändert hat, aber dennoch immerhin etwa 15 % der Offliner auch heute einen Einschnitt in die soziale Teilhabe wegen der Nichtnutzung sehen.

Neben der Ermöglichung der sozialen Teilhabe durch das Internet stellt sich hier aber auch die Frage nach der negativen Seite, in diesem Fall die Frage, ob die befragten Personen eine Gefahr sehen, vom Internet abhängig zu werden. Hierzu wurden allen befragten Personen folgende Aussage zur Bewertung vorgelegt: „Ich befürchte, dass ich vom Internet abhängig werde“. Von den Onlinern geben 15 % an, dass diese Aussage für sie eher oder völlig zutrifft, bei den Offlinern sind es da schon 21 %. Dennoch geben auch deutliche 72 % der Onliner und 69 % der Offliner an, dass für sie diese Aussage eher oder gar nicht zutrifft.

5.3.4 Ressourcen und Kompetenzen

5.3.4.1 Bildung und Einkommen als Ressourcen

Für die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien wie dem Internet werden bestimmte grundlegende Ressourcen benötigt, wie Bildung und Einkommen. Es konnte bereits in der Erhebung aus dem Jahre 2009 festgestellt werden, dass neben dem Alter insbesondere diese beiden Ressourcen einen starken Einfluss auf die Internetnutzung nehmen. In der aktuellen Befragungsstudie zeigen sich diese Unterschiede zwischen On- und Offlinern hinsichtlich der Ressource Einkommen und Bildung wieder deutlich (siehe Abb. 30 und 31). Es zeigt sich, dass Onliner besser gebildet sind und mehr Einkommen zur Verfügung haben. 32 % der Onliner haben eine akademische Ausbildung (Offliner: 13 %). Dahingegen haben 31 % der Offliner nur die Sekundarstufe I abgeschlossen (Onliner: 10 %).

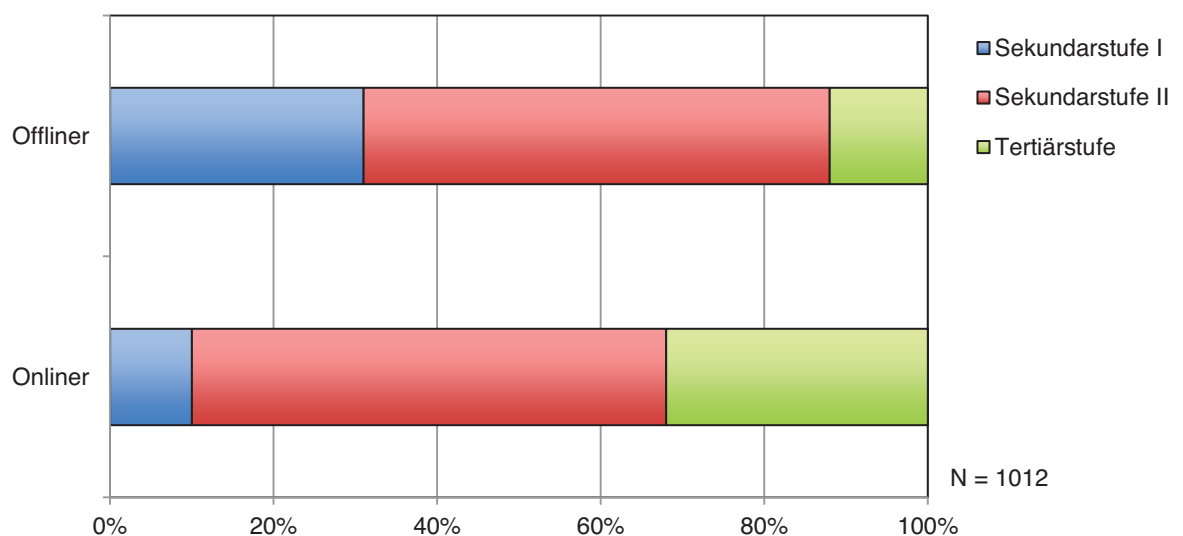


Abb. 30: Ressource Bildung

7 % der Offliner haben nur ein Pro-Kopf-Einkommen von bis CHF 1500 (Onliner: 3 %). Nur 43 % der Offliner haben selber ein Einkommen von über CHF 2500 zur Verfügung (Onliner: 60 %). Das persönliche Einkommen wurde durch Teilung des Haushaltseinkommens durch die Anzahl Personen im Haushalt berechnet.

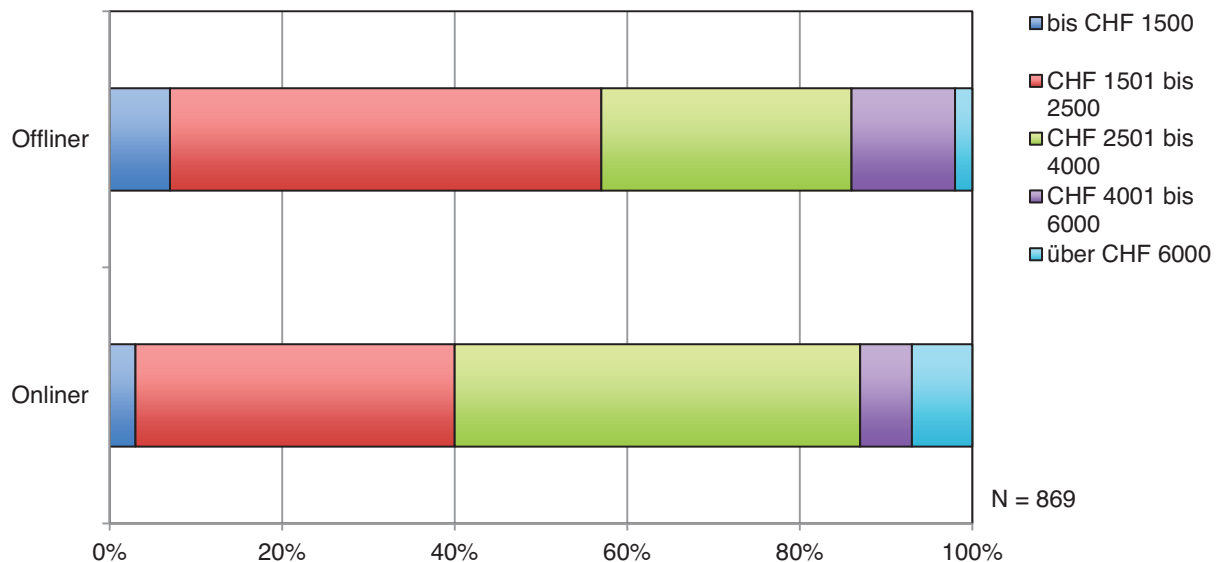


Abb. 31: Ressource Pro-Kopf-Einkommen

Innerhalb der damaligen Studie (2009) wurden ähnlich starke Unterschiede zwischen den On- und Offlinern gefunden. Es lässt sich daher vermuten, dass auch heute noch die Ressourcen Einkommen und Bildung wichtige Voraussetzungen für die Internetnutzung sind.

5.3.4.2 Räumliche Ressourcen (Region)

In der Forschungsliteratur zur Internetnutzung lassen sich immer wieder Hinweise finden, dass auch die Region bzw. der Regionaltypus einen Einfluss auf das Nutzungsverhalten hat (vgl. Compaine 2001). So wird häufig angenommen, dass Personen im ländlichen Raum das Internet weniger nutzen als Personen, welche in der Stadt wohnen. Um diese möglichen räumlichen und regionalen Unterschiede zu beleuchten, soll nun das Verhältnis von On- zu Offlinern hinsichtlich der Sprachregion und der räumlichen Region (Einwohnerzahl) verglichen werden.

Ein erster Vergleich soll auf der Ebene der drei Sprachregionen der Schweiz erfolgen. Es lassen sich theoretisch nur schwer mögliche Unterschiede erklären, vielmehr sind hier Aspekte wie Besiedlungsdichte und generelles Einkommensverhältnis relevante Faktoren zur Erklärung der möglichen Unterschiede. Dennoch lassen sich teilweise Unterschiede in der Anzahl der On- und Offliner in der jeweiligen Sprachregion erkennen. In der Deutschschweiz ist das Verhältnis 61 % Onliner zu 39 % Offliner. In der Romandie entspricht dieses Verhältnis schon 66 % zu 34 %. Im Tessin ist das Verhältnis ausgeglichen, 50 % sind Onliner und 50 % sind Offliner. In der Deutschschweiz und in der Romandie ist ein höherer Anteil von älteren Onlinern zu konstatieren, im Tessin ist der Anteil deutlich geringer. In der Erhebung im Jahr 2009 wurden ähnliche Verhältnisse beobachtet.

Werden die 5 Wirtschaftsregionen (Suisse romande, Alpen/Voralpen, Westmittelland, Ostmittelland und Svizzera Italiana) berücksichtigt, zeigt sich der grösste Anteil an älteren Onlinern in den Regio-

nen Suisse romande (66 %) und Ostmittelland (66 %), die Regionen Westmittelland (54 %) und Alpen/Voralpen (59 %) haben immer noch hohe, aber etwas geringere Onlineranteile in der älteren Bevölkerung. Wie bereits bezüglich Sprachregion festgestellt, sind von den befragten Personen im Tessin nur 50 % Onliner.

Interessant ist die Einteilung der Internetnutzung hinsichtlich der Einwohnerzahl des Wohnortes der befragten Person. Man könnte annehmen, dass Personen aus ländlichen Regionen, in diesem Fall Ortschaften mit geringerer Einwohnerzahl, das Internet weniger nutzen als Personen in einer Stadt. Jedoch zeigt sich dieses Bild mit den aktuellen Daten nicht (siehe Tab. 10). Es ist sogar zu erkennen, dass sich in allen Regionsklassen ähnliche Verhältnisunterschiede zwischen On- und Offlinern zeigen. Interessanterweise zeigt sich sogar eine umgekehrte Tendenz, indem Personen aus Ortschaften mit weniger als 2'000 Einwohner etwas häufiger das Internet nutzen als Personen, welche in Städten mit mehr als 100'000 Einwohner wohnen.

Tab. 10: Einwohneranzahl und Anteil On-/Offliner

Einwohnerzahl*	Daten 2009		Daten 2014	
	Onliner	Offliner	Onliner	Offliner
Bis 2'000	46	54	63	37
2'001 bis 5'000	44	56	58	42
5'000 bis 10'000	43	57	60	40
10'001 bis 50'000	47	53	62	38
50'001 bis 100'000	30	70	60	40
Mehr als 100'000	38	62	56	44

*Zeilenprozente (2009 N = 1105; 2014 N = 1037)

Anhand der Tab. 10 wird aber auch erkennbar, dass dieses Verhältnis zwischen ländlichen Regionen und Städten bereits in der Erhebung 2009 zu beobachten war. Dies spricht zum einen dafür, dass alle Regionaltypen an Onlinern gewonnen haben und dass es heute weniger infrastrukturelle Grundvoraussetzungen für die Internetnutzung sind, welche eine Nutzung begründen bzw. erschweren. Es scheint vielmehr, dass die Faktoren Bildung, Einkommen, Alter und Einstellung zum Internet mehr Erklärungskraft für die Internetnutzung besitzen als der räumliche Kontext.

5.3.4.3 Computernutzung vor dem AHV-Alter

Von allen befragten Personen benutzten 41 % den Computer vor dem AHV-Alter „viel“, 22 % „wenig“ und 37 % gar nicht. Es zeigt sich hier eine deutliche Altersabhängigkeit: Nutzten 58 % der 65-69-Jährigen den Computer vor dem AHV-Alter häufig, waren es bei den Personen ab 85 Jahren nur 11 %. Demzufolge ist die Computernutzung häufiger bzw. im Berufs- und Privatleben relevanter, wenn die Pensionierung und damit auch die allfällige Arbeit mit dem Computer noch nicht so lange zurückliegt. Auch hatten Männer im Vergleich zu Frauen den Computer eher vor dem AHV-Alter bereits häufiger genutzt.

Wie bereits 2009 festgestellt werden konnte, hatten Onliner vor ihrer Pensionierung häufiger mit dem Computer gearbeitet als Offliner (siehe Abb. 32). 85 % der aktuell befragten Onliner geben an, dass sie den Computer mindestens gelegentlich vor dem AHV-Alter genutzt hatten; bei den Offlinern sind es nur 31 %.

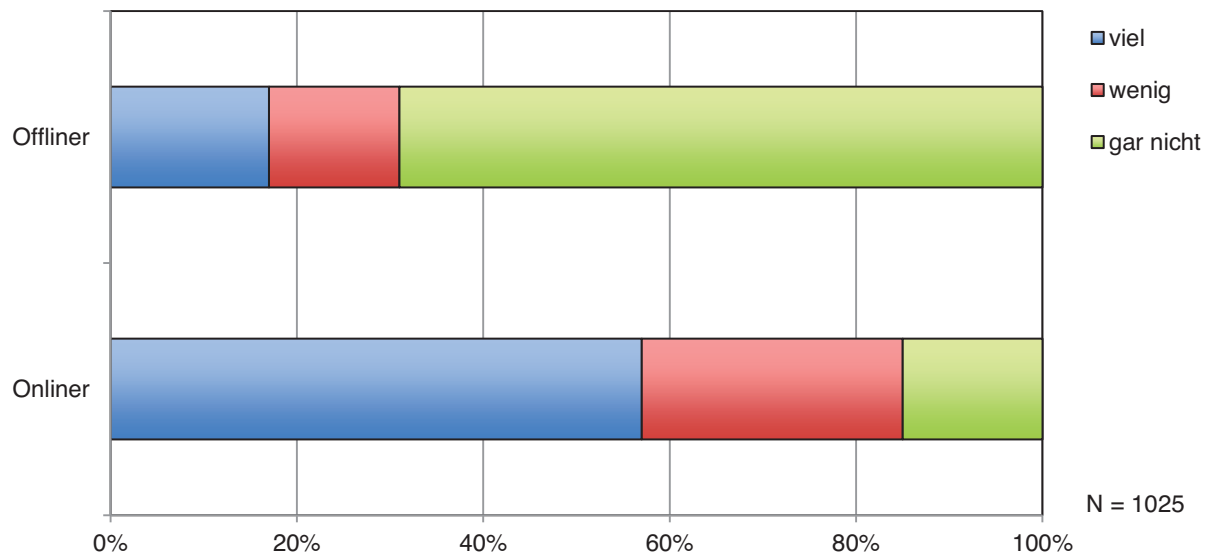


Abb. 32: Computernutzung vor dem AHV-Alter

5.3.4.4 Zeitraum der Internetnutzung

Von den Onlinern nutzen bereits 65 % das Internet seit mehr als 10 Jahren, 20 % seit 5-10 Jahren, 13 % seit 1-5 Jahre und nur 2 % seit weniger als einem Jahr. Im Altersvergleich (siehe Abb. 33) zeigt sich, dass sowohl die Personen unter 80 Jahre als auch die Onliner über 80 Jahre ähnlich häufig das Internet seit mehr als 10 Jahren nutzen, wenn es auch bei den über 85jährigen nur 62 % sind und bei den 65-69jährigen 68 %. Auch sind die 65-69jährigen damit die längsten Nutzer und die 80-85jährigen diejenigen, welche am kürzesten (unter 5 Jahre) das Internet bereits nutzen. Dies könnte darauf hindeuten, dass einige der Onliner erst nach der Pensionierung, teilweise auch erst viele Jahre nach der Pensionierung, das Internet neu erlernt haben, vielleicht auch, weil sie nun verfügbare Zeit zum Erlernen hatten.

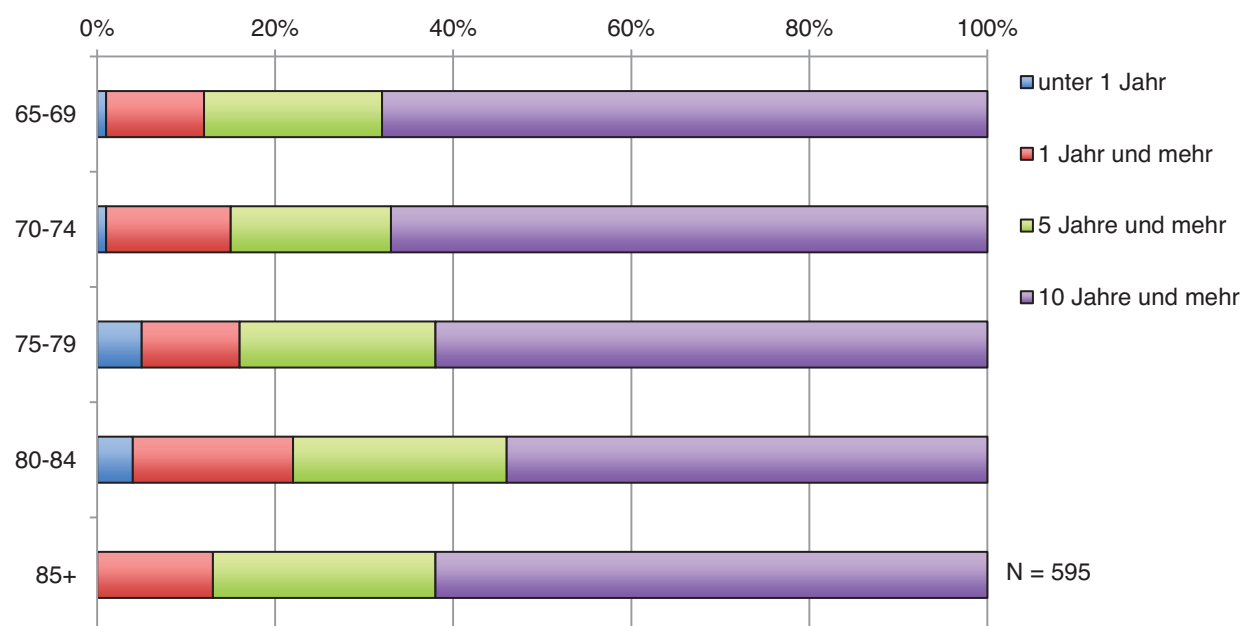


Abb. 33: Seit wie vielen Jahren wird das Internet genutzt?

5.3.4.5 Kompetenzen im Umgang mit dem Internet

Bereits bei der Betrachtung der allgemeinen Einstellung zu Technik (siehe Kapitel 5.3.2), konnte festgestellt werden, dass Onliner eine etwas andere Affinität zu Technik besitzen als Offliner. Auch bei der eigenen Kompetenzeinschätzung geben Offliner häufiger an, dass ihnen die Bedienung moderner technischer Geräte schwierig fällt. 54 % der Offliner stimmen der Aussage „Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig“ eher bis völlig zu, bei den Onlinern sind dies nur 32 %.

Werden die befragten Personen direkt gefragt, wie sie ihre Internetkenntnisse einschätzen (egal ob sie das Internet nutzen oder nicht), ist es nicht verwunderlich, dass Onliner sich mehr Kenntnisse im Umgang mit dem Internet zuschreiben als Offliner (siehe Abb. 34). 78 % der Offliner geben an, dass sie keine Kenntnisse mit dem Internet haben. In der Erhebung von 2009 waren dies noch 85 %, daran kann erkannt werden, dass in der Bevölkerung etwas mehr allgemeine Kompetenzen zum Internet in dieser Altersgruppe vorherrschen (vgl. Latzer et al. 2013, S. 25). So geben in der aktuellen Erhebung auch 15 % der Offliner an, dass sie zumindest Anfängerkenntnisse haben und 7 % haben weitere Kenntnisse. Bei den Onlinern haben 69 % Anfänger- oder Grundkenntnisse, 29 % haben fortgeschrittene Kenntnisse und nur 2 % kennen sich weniger mit dem Internet aus. Anhand der starken signifikanten Korrelation zwischen der Angabe zum eigenen Kenntnisstand und der Nutzungshäufigkeit ($r = .819$, $p = .000$) wird erkennbar, dass Personen mit einem hohen Kompetenzstand auch eher zu den häufigen (in diesem Fall täglichen) NutzerInnen gehören.

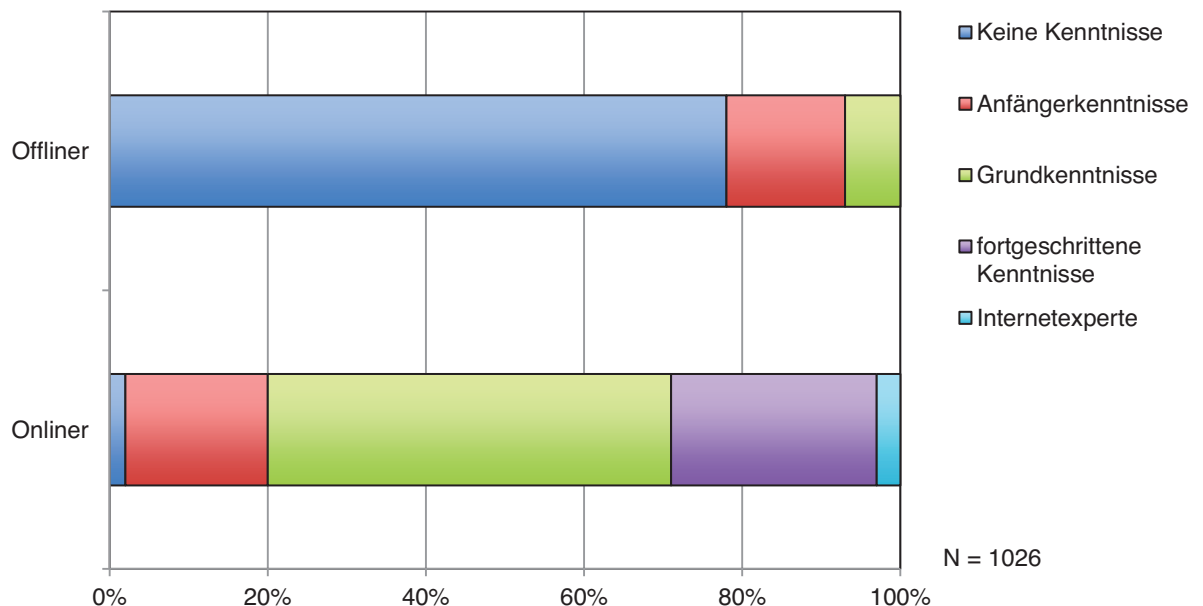


Abb. 34: Einschätzung der Internetkenntnisse

Bei einer anschliessenden Frage ging es darum zu erfahren, ob die befragten Personen schon einmal eine Schulung zur Nutzung des Internets besucht haben. Insgesamt geben 27 % aller befragter Personen an, bereits an einer solchen Schulung teilgenommen zu haben. Bei den Onlinern sind es 39 % und bei den Offlinern sind es immerhin 8 %. Die generelle geringe Anzahl an Personen, welche bereits eine Schulung besucht haben, spricht dafür, dass viele Personen sich die Nutzung des Internets autodidaktisch oder mit Hilfe von Familienangehörigen und Freunden/Bekannten beibringen.

5.3.5 Soziales Umfeld und Unterstützung

5.3.5.1 Internetnutzung des sozialen Umfeld

Wie bereits in der Erhebung 2009 bestätigt werden konnte, ist die eigene Internetnutzung stark von der Internetnutzung des unmittelbaren sozialen Umfeld (Lebenspartner/in, Kinder, Enkel, Geschwister, Freundeskreis) beeinflusst. Unter Berücksichtigung der Existenz jedes Personenkreises zeigt sich auch in der aktuellen Erhebung dieser Zusammenhang: Besonders in der gleichen Generation (Lebenspartner/in, Geschwister, Freundeskreis) ist die Nutzung im Umfeld der Onliner deutlich stärker als im Umfeld der Offliner (siehe Abb. 35).

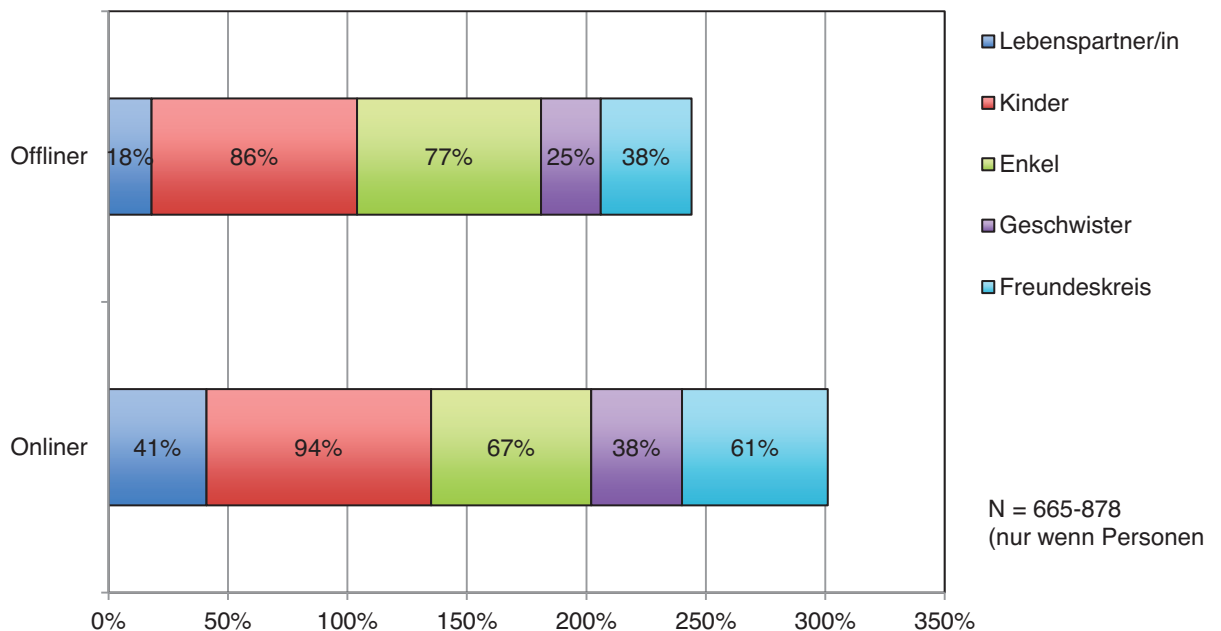


Abb. 35: Internetnutzung im sozialen Umfeld: Anteile der mehrheitlich starken Internetnutzung in den Gruppen

Bei den Onlinern nutzen z.B. 41 % der Lebenspartner/in das Internet stark bis sehr stark, hingegen sind es bei den Offlinern nur 18 %. Beim Freundeskreis zeigt sich dieser Unterschied deutlich: Bei den Onlinern sind es 61 % und bei den Offlinern sind es nur 38 %. Interessant ist, dass Onliner auch etwas häufiger selber Kinder haben die Onliner sind: So geben 94 % der Onliner und 86 % der Offliner an, dass auch ihre Kinder das Internet stark bis sehr stark nutzen; dies kann aber auch mit dem Alter der Bezugsperson und der Kinder zusammenhängen. Bei den Enkeln, sieht es interessanterweise etwas anders aus: 68 % der Onliner, aber 77 % der Offliner geben an, dass ihre Enkel das Internet stark bis sehr stark nutzen. Dies könnte indessen ein Alterseffekt sein, indem manche Enkel der Onliner noch nicht im Alter sind, in dem sie das Internet selbständig nutzen können.

5.3.5.2 Soziale Unterstützung

Die effektive Internetnutzung im sozialen Umfeld ist die eine Seite, die Empfehlungen an die eigene Person durch das soziale Umfeld die andere. Die Befragten wurden gebeten, über die Stellungnahme dieser Personenkreise Auskunft zu geben; darüber, ob sie ihnen mehrheitlich von der Internetnut-

zung abraten oder dazu raten, oder ob sie sich nicht dazu äussern. In den Daten zeigen sich hierbei starke Unterschiede zwischen On- und Offlinern (siehe Abb. 36). Aus allen Generationen erfolgen zwei bis drei Mal häufiger positive, anratende Signale an die Onliner als an die Offliner. Explizit abratende Empfehlungen sind auch bei den Offlinern eher seltener, doch ist es bei ihnen häufiger, dass sich die Kontaktgruppen nicht dazu äussern.

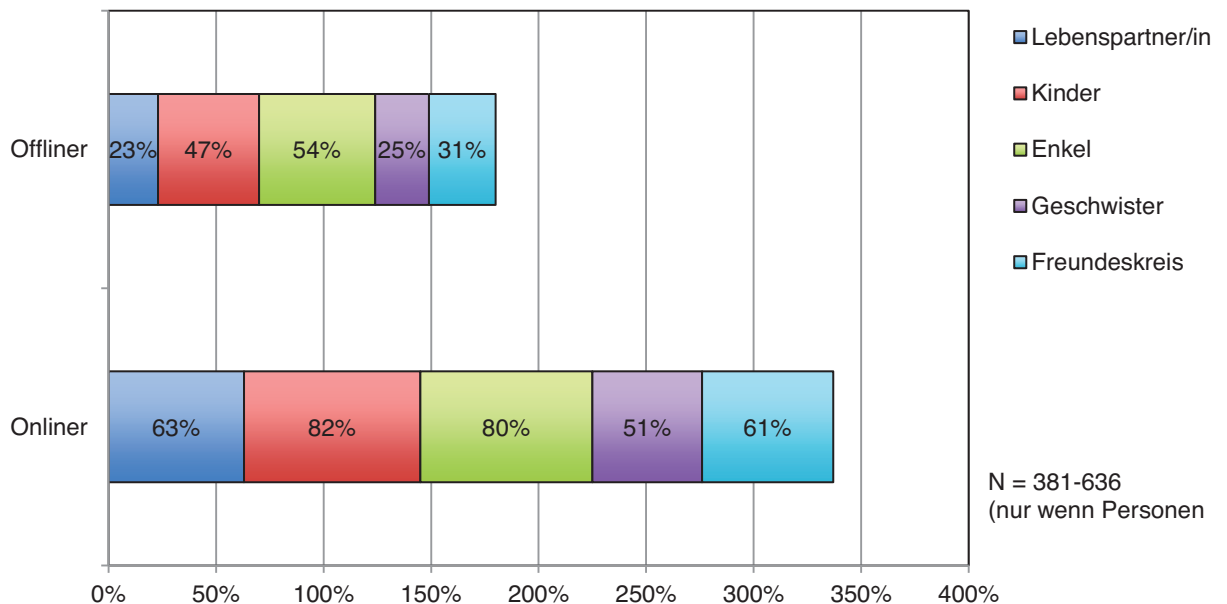


Abb. 36: Zuraten des sozialen Umfelds zum Internet: Anteil der Kontaktgruppen, die positiv zur Nutzung raten

Am stärksten kommt der Rat zur Internetnutzung bei allen befragten Personen von den Enkeln und Kindern (70 % erhalten von den Kindern, 71 % von den Enkeln positive Unterstützungen) gefolgt von den Lebenspartnern (52 %). Im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2009 sind in der aktuellen Erhebung die Zuratungshäufigkeiten insgesamt (bei allen Personengruppen) stark gestiegen: Gaben z.B. 2009 43 % aller befragter Personen an, dass ihre Kindern ihnen zum Internet zuraten, sind es heute bereits 70 %. Demzufolge ist hier ein gesamtgesellschaftlicher Bedeutungszuwachs beim Thema „Internet“ zu spüren.

5.3.6 Gesundheit und Selbständigkeit

5.3.6.1 Gesundheitseinschätzung

Im Fragebogen konnten wegen des vorgegebenen Umfangs keine expliziten Fragen zu körperlichen, kognitiven, psychischen und sensorischen Randbedingungen der befragten Personen gestellt werden. Dennoch konnten hierzu einige Aussagen zur Bewertung vorgelegt werden. Wie bereits erwähnt, ist die Gruppe der Onliner im Durchschnitt etwas jünger als die Offliner. Dementsprechend sind auch die erwarteten gesundheitlich bedingten Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung bei Offlinern etwas häufiger (siehe Kapitel 5.3.3), wenngleich nicht dominant.

Den befragten Personen wurde zur Einschätzung ihres Gesundheitszustandes folgende Aussage vorgelegt, welche sie für sich ablehnen oder der sie zustimmen konnten: „Meine Gesundheit ist für mein Alter noch sehr gut“. 78 % aller befragter Personen stimmen dieser Aussage eher oder völlig zu. Onliner stimmen dieser Aussage jedoch etwas häufiger zu (84 %) als Offliner (68 %) (siehe Abb. 37).

Neben der Gesundheit wurden in einer weiteren Aussage Indikatoren des allgemeinen Wohlbefindens erfragt. Die dazugehörige Aussage (siehe Abb. 37) lautete „In meinem Leben gibt es mehr Freude als Sorgen“ und ihr wurde von 68 % aller befragter Personen eher bis völlig zugestimmt. Onlineer (75 %) stimmten dieser Aussage häufiger zu als Offliner (58 %).

Aus einer eher gesundheitspsychologischen Sichtweise heraus war es auch interessant zu fragen, inwieweit sich die befragten Personen isoliert und allein gelassen fühlen. Nur 12 % aller Befragten stimmten der Aussage „Manchmal fühle ich mich allein gelassen“ eher bis völlig zu. Interessant ist aber, dass Offliner dieser Aussage häufiger (16 %) zustimmen als Onlineer (9 %) (siehe Abb. 37).

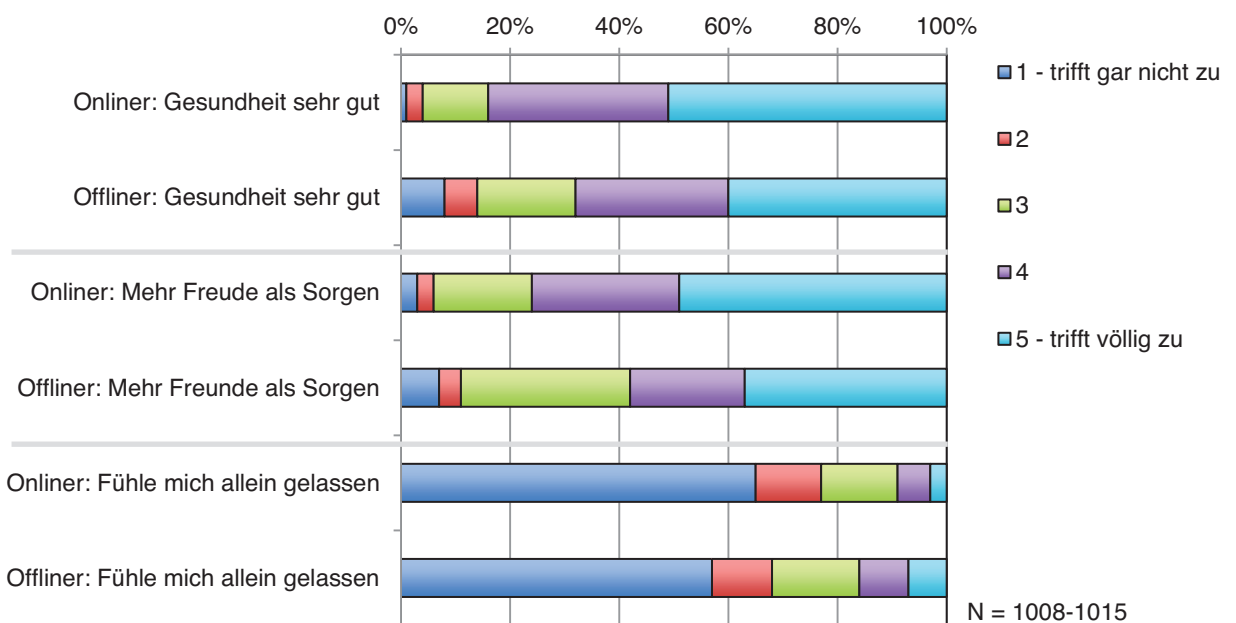


Abb. 37: Gesundheitliche und psychologische Aspekte

Insgesamt ist zu beobachten, dass sich Offliner tendenziell weniger gesundheitliche Ressourcen zuschreiben als dies Onlineer tun. Jedoch ist hier auch auf das durchschnittlich höhere Alter der Offliner hinzuweisen.

5.3.6.2 Einschätzung zur eigenen Selbständigkeit

Auch zum Themenbereich „Selbständigkeit“ konnten den befragten Personen zwei Aussagen vorgelegt werden (siehe Abb. 38). Eine erste Aussage lautete „Ich fühle mich in meinem privaten Haushalt noch sehr selbständig“. Diese Aussage wurde von deutlichen 92 % aller Befragten als eher oder völlig zutreffend bewertet. Bei den Onlineern sind es sogar 96 %, bei den Offlinern etwas weniger (86 %). 10 % der Offliner fühlen sich eher bis sehr eingeschränkt in ihrer Selbständigkeit im Haushalt, bei den Onlineern sind dies nur 1 %.

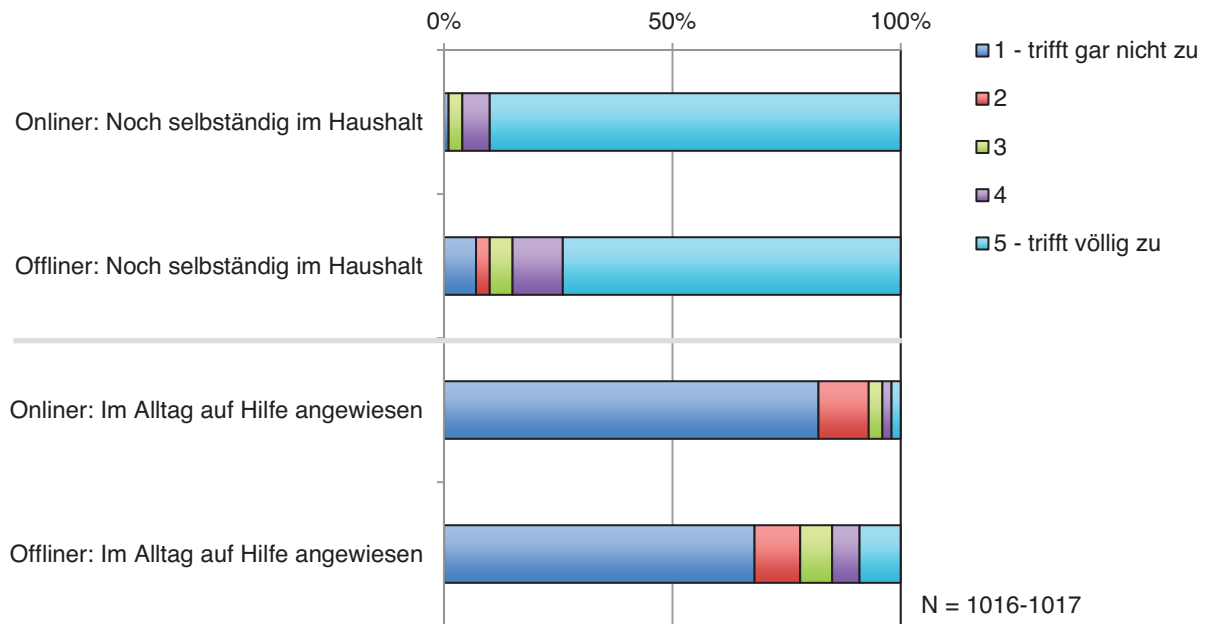


Abb. 38: Angaben zur Selbständigkeit

Noch konkreter gefragt, geben 8 % aller befragten Personen an, dass sie im Alltag viel auf die Hilfe von anderen angewiesen sind. Bei den Offlinern sind es sogar 15 % und bei den Onlinern nur 4 %. Jedoch sollte auch hier das höhere Alter der befragten Offliner berücksichtigt werden. Dennoch scheint neben dem Aspekt Gesundheit auch die eingeschränkte Selbständigkeit ein Faktor bei der Erklärung der Nichtnutzung des Internet zu sein.

5.3.6.3 Aussagen zum eigenen Alter

Oftmals geben Fragen zur Gesundheit und Selbständigkeit in der untersuchten Personengruppe ab 65 Jahren wenig varianzreiche Antworten, viele der älteren Menschen schätzen ihre Gesundheit gut ein. Diese Art der positiven Wahrnehmung älterer Menschen ist ein Standardergebnis gerontologischer Forschung und kann auch als Quelle von Resilienz interpretiert werden.

Um neben den Aussagen zur Gesundheit und Selbständigkeit auch die Wahrnehmung des eigenen Alter(ns) zu erfragen, wurden zusätzlich drei Aussagen vorgelegt (siehe Abb. 39). Mittels dieser Aussagen kann das Verhältnis und die persönliche Haltung zum eigenen Alter(n) herausgestellt werden.

Die erste Aussage hierzu, welche „Ich fühle mich sehr alt“ lautete, wurde nur von 9 % aller befragten Personen als eher oder völlig zutreffend markiert. Offliner (14 %) stimmten dieser Aussage häufiger zu als Onliner (5 %).

Die zweite Aussage in diesem Themenbereich, „Ich fühle mich noch immer frisch und voller Lebensmut“, wurde diesmal von den Onlinern häufiger als zutreffend markiert: 91 % der Onliner und 72 % der Offliner stimmen der Aussage eher oder völlig zu.

Der dritten eher zukunftsorientierten Aussage „Für die nächsten Jahre habe ich schon allerlei Pläne“ stimmen auch wieder mehr Onliner (53 %) als Offliner (26 %) zu.

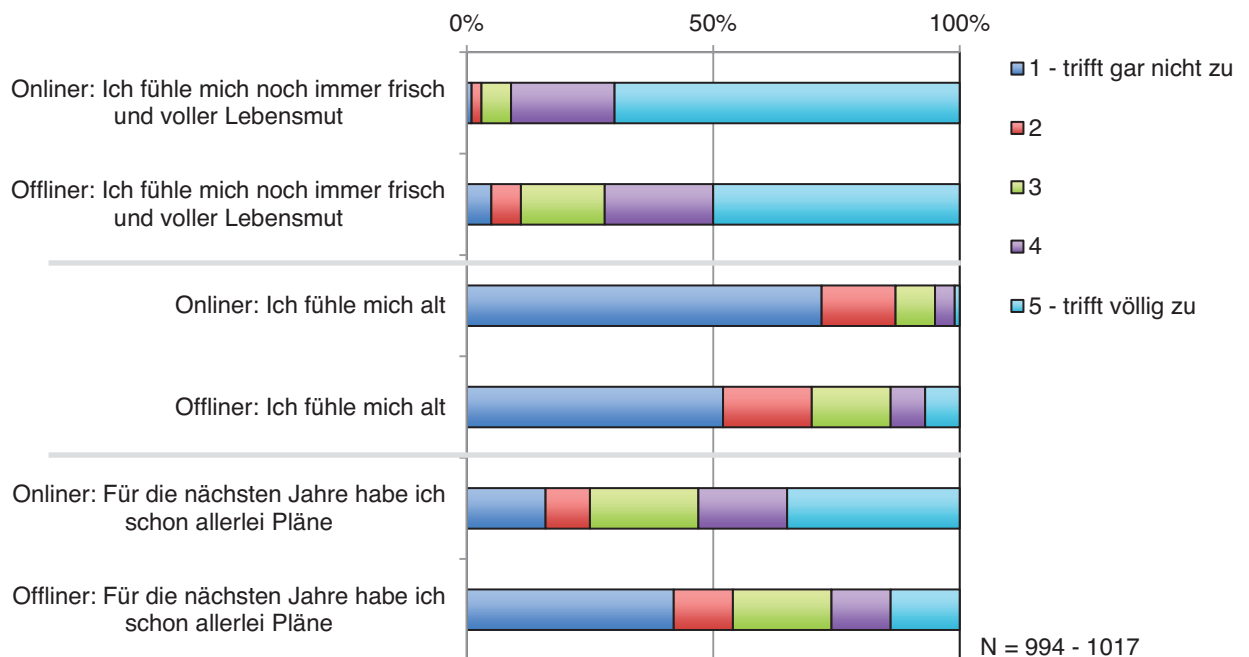


Abb. 39: Aussagen zum eigenen Alter(n)

Die Ergebnisse der drei Aussagen korreliert natürlich auch mit dem objektiv höheren Lebensalter der Offliner, dennoch zeigt sich die Tendenz, dass Onliner etwas positiver mit dem eigenen Alter(n) umgehen. Dies zeigt sich auch daran, dass sich die Unterschiede zwischen On- und Offlinern auch nicht angleichen, wenn nur die befragten Personen im Alter von 65 bis 74 Jahre herangezogen werden: Auch hier zeigen sich ähnliche Unterschiede zwischen On- und Offlinern: So geben z.B. bereits 18 % der Offliner im Alter zwischen 65 und 74 Jahren an, dass sie sich sehr alt fühlen; bei den Onlinern sind es nur 7 %. Deutlich wird es auch bei der Aussage zu den zukünftigen Plänen: 32 % der Offliner, aber deutliche 58 % der Onliner im gleichen Alter (65-74 Jahre) stimmen der Aussage „Für die nächsten Jahre habe ich schon allerlei Pläne“ eher oder völlig zu.

6 Mobile Internetnutzung im Alter

In der aktuellen Befragungsstudie konnte erstmals auch die mobile Nutzung des Internets im Alter erfragt werden. Das generelle Nutzungsverhalten hat sich in den letzten Jahren nicht nur generell erhöht, sondern auch die mobile Internetnutzung. Wurde bisher das Internet ausschliesslich zuhause oder am Arbeitsort genutzt, nimmt in den letzten 5 Jahren die mobile Nutzung enorm zu und gewinnt auch für ältere Onliner an Bedeutung. Dennoch lassen sich auch bei der mobilen Internetnutzung, und dies deutlicher als bei der allgemeinen Nutzung, Verbreitungsunterschiede zwischen den Generationen konstatieren (vgl. Latzer et al. 2013). Mit der mobilen Nutzung ergeben sich aber auch zahlreiche neue Einsatzmöglichkeiten und Anwendungsbereiche, welche z.B. die Mobilität im Alltag aufrechtzuerhalten helfen.

In den nachfolgenden Unterkapiteln werden die wichtigsten Ergebnisse der Befragungsstudie hinsichtlich der mobilen Internetnutzung dargestellt.

6.1.1.1 Mobiles Nutzungsverhalten

Wie in Kapitel 5.1.2.6 aufgezeigt, besitzen bereits 32 % der befragten Personen ab 65 Jahren ein internetfähiges Smartphone und 26 % einen Tablet-Computer in ihrem Haushalt. 47 % der Onliner, aber nur 9 % der Offliner, besitzen ein Smartphone. Einen Tablet-Computer im Haushalt besitzen 38 % der Onliner und 7 % der Offliner. Vermutlich steht bei den Offlinern zwar im Haushalt das Smartphone oder der Tablet-Computer zur Verfügung, wird aber nicht von der befragten Person für den Internetzugriff genutzt. Dennoch nutzen 6 % der Offliner mindestens wöchentlich das Smartphone, und 2 % der Offliner nutzen den Tablet-Computer mindestens wöchentlich. Bei den Onlinern nutzen dagegen schon 43 % das Smartphone und 38 % den Tablet-Computer mindestens wöchentlich (siehe Abb. 40).

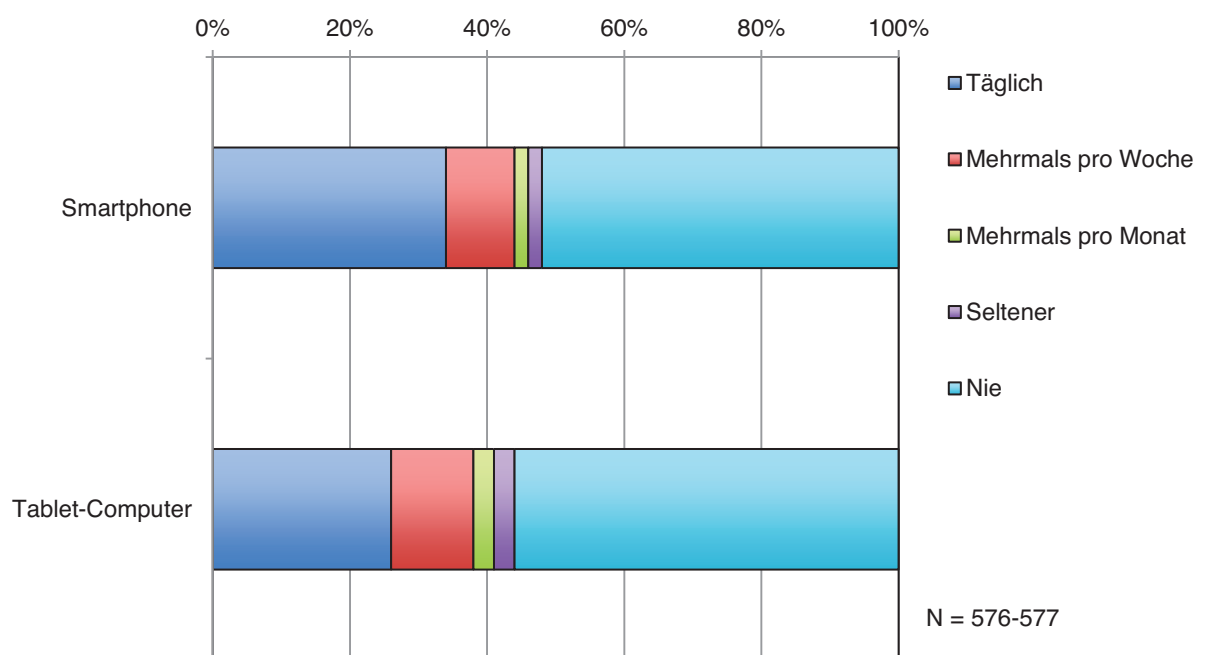


Abb. 40: Mobile Internetnutzung bei den älteren Onlinern

Neben dem reinen Besitz der mobilen Endgeräte ist es wichtig zu fragen, ob damit auch das Internet mobil genutzt wird. Bei der im Kapitel 5.3.1.3 bereits dargestellten Frage zum Nutzungsort gaben insgesamt 34 % aller befragter Personen ab 65 Jahren, welche das Internet nutzen, an, dass sie das Internet in den letzten 6 Monaten auch mobil genutzt haben.

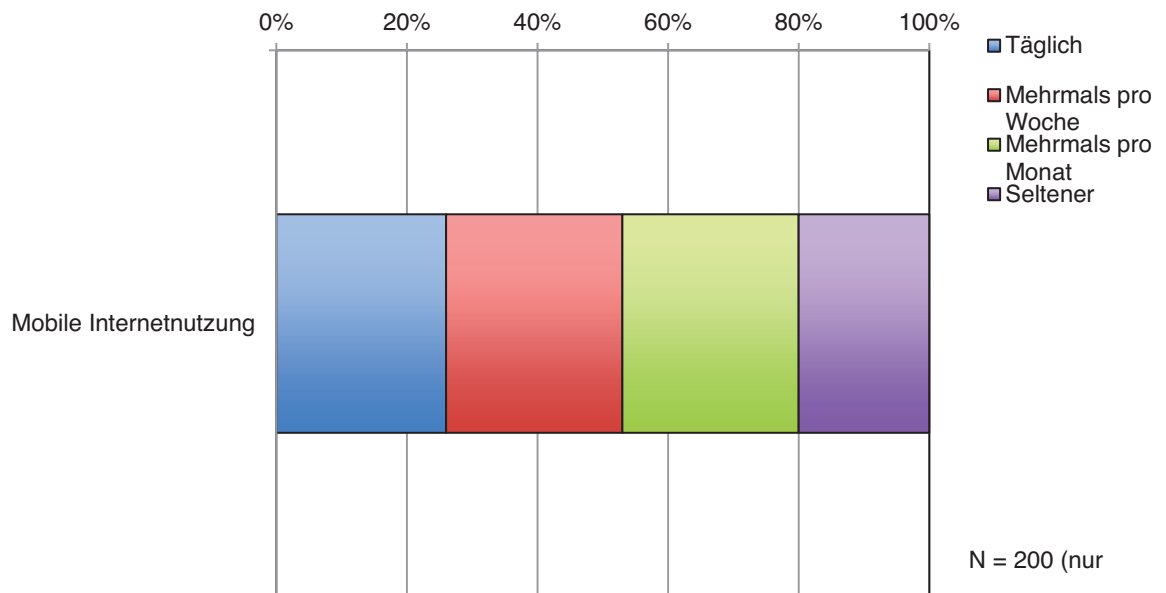


Abb. 41: Häufigkeit der mobilen Internetnutzung bei mobilen Onlinern

Von diesen 203 Personen, welche angaben, das Internet mobil zu nutzen, geben 26 % an, dass sie dies täglich tun, 27 % nutzen es mehrmals pro Woche, weitere 27 % nutzen das Internet mehrmals pro Monat mobil und der Rest (20 %) tut dies seltener (siehe Abb. 41).

Auch die Offliner konnten innerhalb der aktuellen Befragungsstudie zum mobilen Internet befragt werden. Die Offliner wurden konkret gefragt, wie interessant sie es fänden, mobil ins Internet zu gehen (mit dem Smartphone oder Tablet-Computer). Auf diese Frage antworteten 16 % der Offliner mit „wäre interessant“; für 84 % wäre dies nicht interessant. Es zeigt sich hier, dass neben dem allgemeinen Internet auch das mobile Internet mit dem Smartphone oder dem Tablet-Computer für einige der Offliner attraktiv wäre.

6.1.1.2 Merkmale der mobilen Onliner

Als erste Beschreibung der Gruppe der mobilen Onliner (Personen, welche angaben, das Internet auch unterwegs mit Smartphone oder Tablet-Computer zu nutzen) soll nachfolgende Tabelle 11 angeführt werden. Es ist aus der Tabelle herauszulesen, dass mobile Onliner im Vergleich zu allen befragten älteren Onlinern häufiger Männer und in der Regel jünger sind; so sind allein 50 % der mobilen Onliner zwischen 65 und 69 Jahre alt und zu 65 % Männer. Hieraus ergibt sich auch die höhere Anzahl der Personen in Partnerschaft und in 2-Personen-Privathaushalten. Bei den befragten mobilen Onlinern haben im Vergleich zu allen Onlinern mehr Personen eine höhere Ausbildung (38 % haben einen Abschluss auf Tertiärstufe) und ein höheres Einkommen (10 % haben ein Einkommen von mehr als CHF 6'000). Zwischen den Sprachregionen zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede. Das mobile Internet scheint vor allem für Männer unter 75 Jahren mit einer hohen Bildung und gutem Einkommensstatus attraktiv zu sein.

Tab. 11 Merkmale der Gruppe „mobile Onliner“, in Prozenten

		Mobile Onliner (N = 203)	Alle Onliner (N = 626)
Geschlecht	Mann	65	56
	Frau	35	44
Altersgruppen	65-69	50	39
	70-74	32	32
	75-79	13	17
	80-84	4	9
	85+	1	3
Sprache	Französisch	22	21
	Deutsch	70	71
	Italienisch	8	8
Zivilstand	ledig	3	5
	verheiratet oder in Partnerschaft	70	67
	verwitwet	12	14
	geschieden oder getrennt lebend	15	13
Staatsangehörigkeit	Schweizer/in	94	95
	andere Staatsangehörigkeit	6	5
Haushaltsform	Privathaushalt	99	98
	Kollektivhaushalt	1	2
Personen im Haushalt	1 Person	26	29
	2 Personen	71	68
	3 und mehr Personen	3	3
Schule/Ausbildung	Obligatorische Schule: Primarschule	5	10
	Sekundarstufe II (Berufsbildung)	48	51
	Sekundarstufe II (Allgemeine Bildung)	9	7
	Tertiärstufe (höhere Berufsbildung)	13	14
	Tertiärstufe (Hochschulen)	25	19
Pro-Kopf-Einkommen (CHF)	Bis 1'500	1	3
	1'500 bis 2'500	30	37
	2'501 bis 4'000	54	47
	4'001 bis 6'000	5	6
	Über 6'000	10	7
Total (pro Variable)		100 %	100 %

Spaltenprozente, gültige Angaben (ungewichtete Daten). Lesebeispiel: 35 % der mobilen Onliner sind Frauen, 65 % Männer.

Dass Smartphones und Tablet-Computer in der Altersgruppe ab 65 Jahren gerade von technikinteressierten Personen genutzt werden, zeigt sich auch darin, dass 66 % der mobilen Onliner, aber nur 48 % aller Onliner angeben, dass sie sich für neue technische Dinge interessieren. 51 % der mobilen Onliner (29 % aller Onliner) geben an, dass sie fortgeschrittene Internetkenntnisse haben. Von den mobilen Onlinern stimmen auch deutliche 78 % der Aussage zu, dass der technische Fortschritt immer weiter gehen müsse; zum Vergleich geben dies 64 % aller Onliner an.

6.1.1.3 Anwendungsbereiche

Wie bereits in Kapitel 5.3.1.4 dargestellt, wurden die Onliner zu ihren genutzten Internetanwendungen befragt. Bei dieser Frage wurde zusätzlich erhoben, ob die Anwendungen auch bzw. nur auf

einem Mobilgerät (Smartphone, Tablet-Computer) genutzt wurden. Grundsätzlich zeigt der Vergleich der Nutzungsformen (am Computer oder auf einem Mobilgerät), dass alle abgefragten Anwendungen eher am Computer genutzt werden (siehe Abb. 42). Die Mobilgeräte werden vorwiegend ergänzend eingesetzt. Auch auf den Mobilgeräten werden von den befragten älteren Personen eher allgemeine Anwendungen wie Emails, Informationssuche und Fahrpläne/Navigation genutzt. Immerhin 20 % lesen auch Zeitungen und Zeitschriften auf dem Mobilgerät. Spitzenreiter, wie auch bei der Nutzung am Computer, ist das Schreiben und Versenden von Emails (27 %), gefolgt von Fahrpläne/-zeiten recherchieren (22 %) und der allgemeinen Informationssuche (20 %). Der Kauf und Verkauf von Waren, Internet-Banking und Internetforen werden von weniger als 3 % als genutzte Anwendungen auf dem Mobilgerät angegeben.

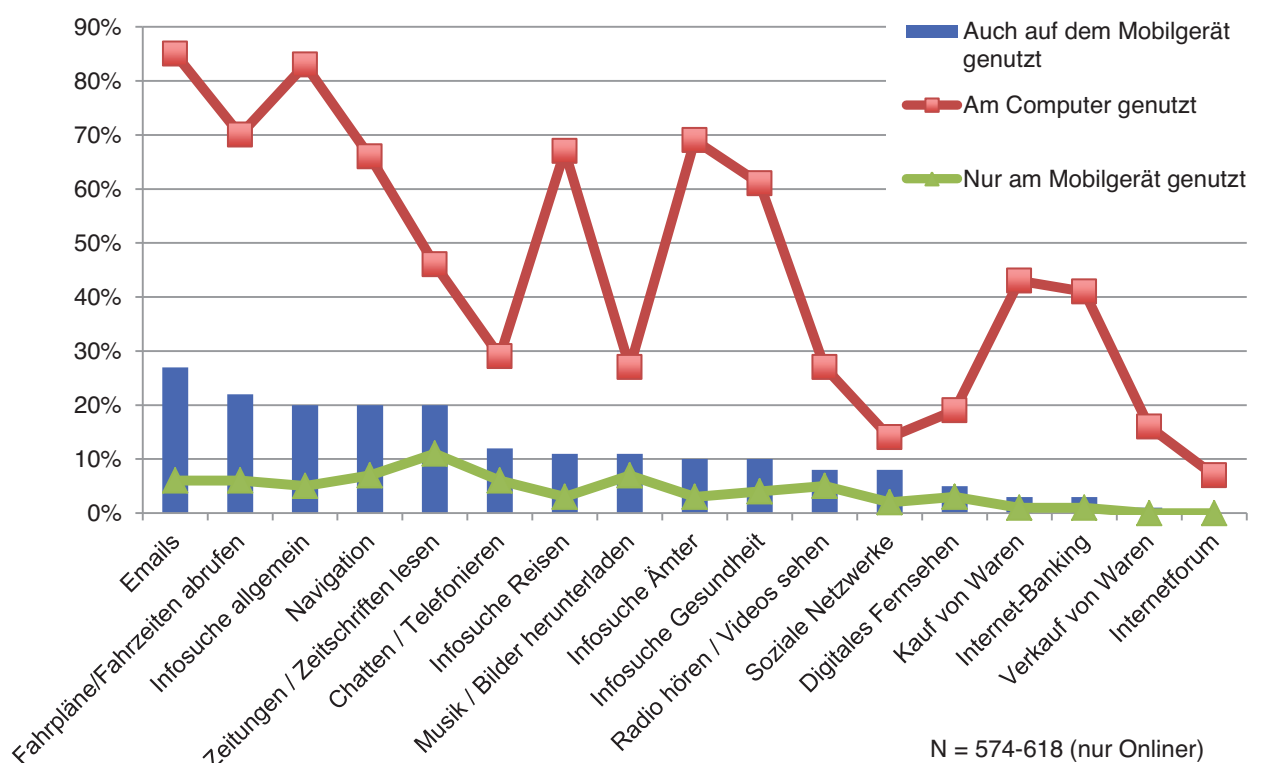


Abb 42: Genutzte Anwendungen – mobil und am Computer (sortiert nach „Auch auf dem Mobilgerät genutzt“)

Keine der angegebenen Anwendungen wird ausschliesslich auf dem Mobilgerät genutzt. Dies bestätigt die oben aufgeworfene Vermutung, dass die Mobilgeräte ergänzend eingesetzt werden. Bei der alleinigen Nutzung auf dem Mobilgerät nimmt mit 11 % das Lesen von Zeitungen und Zeitschriften den grössten Stellenwert ein, gefolgt von Navigation (7 %) und Musik und Bilder herunterladen (7 %).

Werden nur die 203 Personen berücksichtigt, welche angaben, das Internet auch unterwegs (mobil) zu nutzen, ergibt sich die gleiche Rangordnung der genutzten Anwendungen wie in Abbildung 42, jedoch mit grösseren prozentualen Werten (siehe Tab. 12).

Tab. 12: Genutzte Anwendungen aller Onliner und der mobilen Onliner

Anwendungen	Alle Onliner (N = 626)*		Mobile Onliner (N = 203)*
	Am Computer genutzt	Auch auf dem Mobilgerät genutzt	Anwendungen auf Mobilgerät genutzt
Emails	85%	27%	60%
Fahrpläne/Fahrzeiten abrufen	70%	22%	49%
Infosuche allgemein	83%	20%	46%
Navigation	66%	20%	46%
Zeitungen / Zeitschriften lesen	46%	20%	42%
Chatten / Telefonieren	29%	12%	28%
Infosuche Reisen	67%	11%	24%
Musik / Bilder herunterladen	27%	11%	23%
Infosuche Ämter	69%	10%	20%
Infosuche Gesundheit	61%	10%	18%
Radio hören / Videos sehen	27%	8%	18%
Soziale Netzwerke	14%	8%	18%
Digitales Fernsehen	19%	5%	13%
Kauf von Waren	43%	3%	8%
Internet-Banking	41%	3%	7%
Verkauf von Waren	16%	1%	2%
Internetforum	7%	0%	1%

* Zeilenprozente der jeweiligen Gruppe

6.1.1.4 Bedeutung der mobilen Smartphone-Nutzung für den Alltag

Mit mobilen Endgeräten zur Internetnutzung können zahlreiche Vorteile/Nachteile und Meinungen sowie Einstellungen verbunden werden. In der aktuellen Untersuchung ging es vorwiegend um die Vorteile der mobilen Geräte für den Alltag. Um die Meinungen zur mobilen Internetnutzung abzufragen, wurden drei Aussagen den befragten Personen, welche das Internet auch unterwegs (mobil) mit dem Smartphone nutzen, vorgelegt, und sie gebeten anzugeben, ob sie die jeweilige Aussage eher ablehnen oder ihr eher zustimmen.

Von den 189 Personen, welche die drei Aussagen bewertet haben, stimmen deutliche 93 % der ersten Aussage „Mein Smartphone gibt mir auch unterwegs ein Gefühl von Sicherheit (z.B. Erreichbarkeit im Fall der Fälle oder um Hilfe rufen können)“ zu. Nur 7 % lehnen diese Aussage ab. Die weitere Aussage „Mein Smartphone ist mein ständiger Begleiter“ erhielt von immerhin 77 % der befragten mobilen Onliner Zustimmung. „Mit meinem Smartphone kann ich meinen Alltag gut organisieren“ war die letzte Aussage in diesem Themenbereich; 61 % stimmten ihr zu.

Es zeigt sich, dass allen drei Aussagen von der deutlichen Mehrheit der befragten mobilen Onliner zugestimmt wurde. Diese hohe Zustimmung spricht nicht nur für die jeweiligen Vorteile des Smartphones, sondern auch dafür, dass das Smartphone und das mobile Internet Hilfsmittel sein können, um den Alltag besser zu organisieren und sich abzusichern. Jene strukturierenden und Sicherheit gebenden Aspekte sind gerade bei der Erforschung des Alltags von älteren Menschen zu berücksichtigen. Es stellt sich daher die Frage, inwieweit das Smartphone generell dabei helfen kann, den Alltag älterer Menschen besser zu organisieren, zu strukturieren und mit einem Sicherheitsgefühl zu versehen. Mit den vorliegenden Daten können diese Fragen leider nicht abschliessend beantwortet werden.

6.1.1.5 Eigenschaften der mobilen Endgeräte im Vergleich

Um die Vorteile der mobilen Geräte wie dem Smartphone oder dem Tablet-Computer herauszustellen, werden diese oft mit dem herkömmlichen Computer verglichen. Dabei wird oft die überlegene Handlichkeit und ortsunabhängige Einsatzfähigkeit des Smartphones im Vergleich zum Computer herausgestellt. Um die jeweiligen Vor- und Nachteile sichtbar zu machen, wurden vier Kriterien vorgelegt, zu welchen die befragten Onlineer (welche ein Smartphone oder einen Tablet-Computer im Haushalt haben) angeben konnten, bei welchem dieser Geräte, nämlich Computer, Tablet-Computer und Smartphone, das jeweilige Kriterium am besten erfüllt sei (siehe Abb. 43).

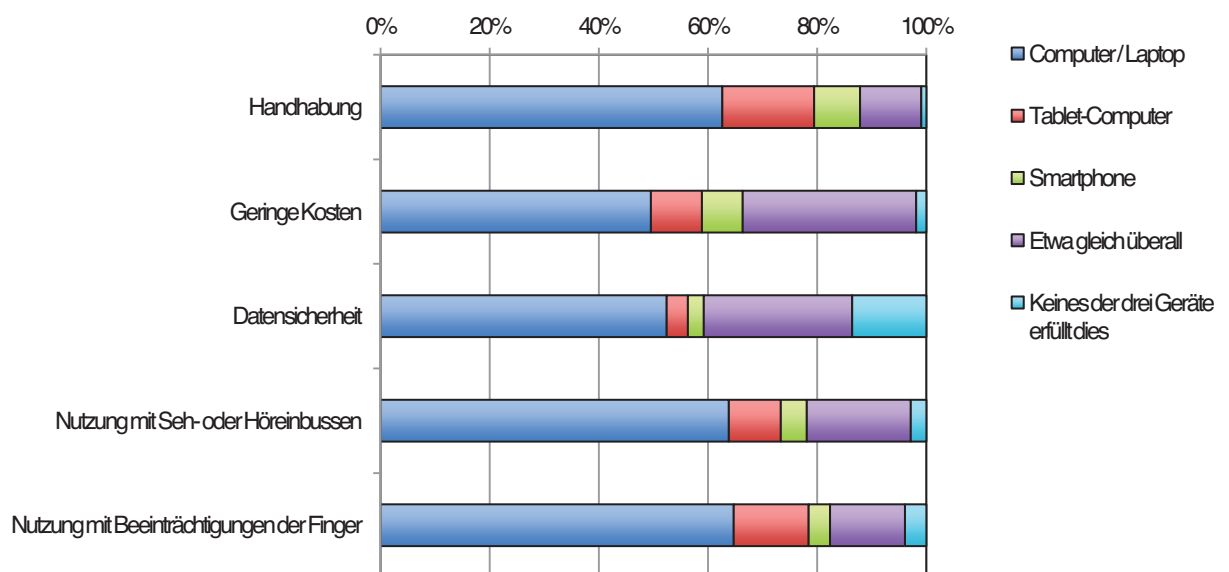


Abb. 43: Welches Kriterium wird bei welchem Gerät am besten erfüllt (Onlineer mit Mobilgerät im Haushalt)

Ein erstes Kriterium war die Handhabung des Geräts. Hier fielen 67 % der Antworten auf den Computer, 18 % auf den Tablet-Computer und 9 % auf das Smartphone. 14 % gaben an, dass alle drei Geräte das Kriterium gleich erfüllen. Geringe Kosten (Geräte und Abo) war ein zweites Kriterium und wurde auch von der Mehrheit (53 %) dem Computer zugesprochen. 10 % sahen hier den Tablet-Computer im Vorteil und 8 % sprachen dem Smartphone dieses Kriterium am besten zu. Das Kriterium Datensicherheit wird auch von der Mehrheit (54 %) am besten beim Computer gesehen und deutlich seltener beim Tablet-Computer (4 %) oder Smartphone (3 %). Die beiden letzten Kriterien „Nutzung mit Seh- oder Höreinbüssen“ und „Nutzung mit Beeinträchtigungen der Finger“ wurden von mehr als 65 % der befragten Personen beim Computer gesehen, etwa 10-14 % sahen hier den Tablet-Computer im Vorteil und nur jeweils 5 % sprechen dem Smartphone dieses Kriterium am ehesten zu. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die aufgestellten Kriterien am besten am Computer als erfüllt betrachtet werden; dennoch zeigt insbesondere der Tablet-Computer grosse Potenziale in der Bedienung und könnte für einige der Personen vielleicht den bisherigen stationären Computer ablösen. Immerhin etwa 27 % der befragten Personen bewerten die mobilen Geräte (Smartphone / Tablet-Computer) als handlicher als den herkömmlichen Computer.

Neben dem Gerätevergleich war es auch interessant nachzufragen, welche Aspekte ein Mobilgerät wie ein Smartphone mitbringen müsste, damit es gefällt bzw. gekauft wird. Es wurden 10 Aspekte

vorgegeben und die befragten Personen konnten jeweils angeben, welche drei Aspekte ihnen am wichtigsten sind. Es wurden sowohl Onliner als auch Offliner befragt. Es wurden insgesamt 451 erste, 297 zweite und 168 dritte direkt zuordenbare Nennungen abgegeben. Die Verteilungen dieser Nennungen können der Abbildung 44 entnommen werden.

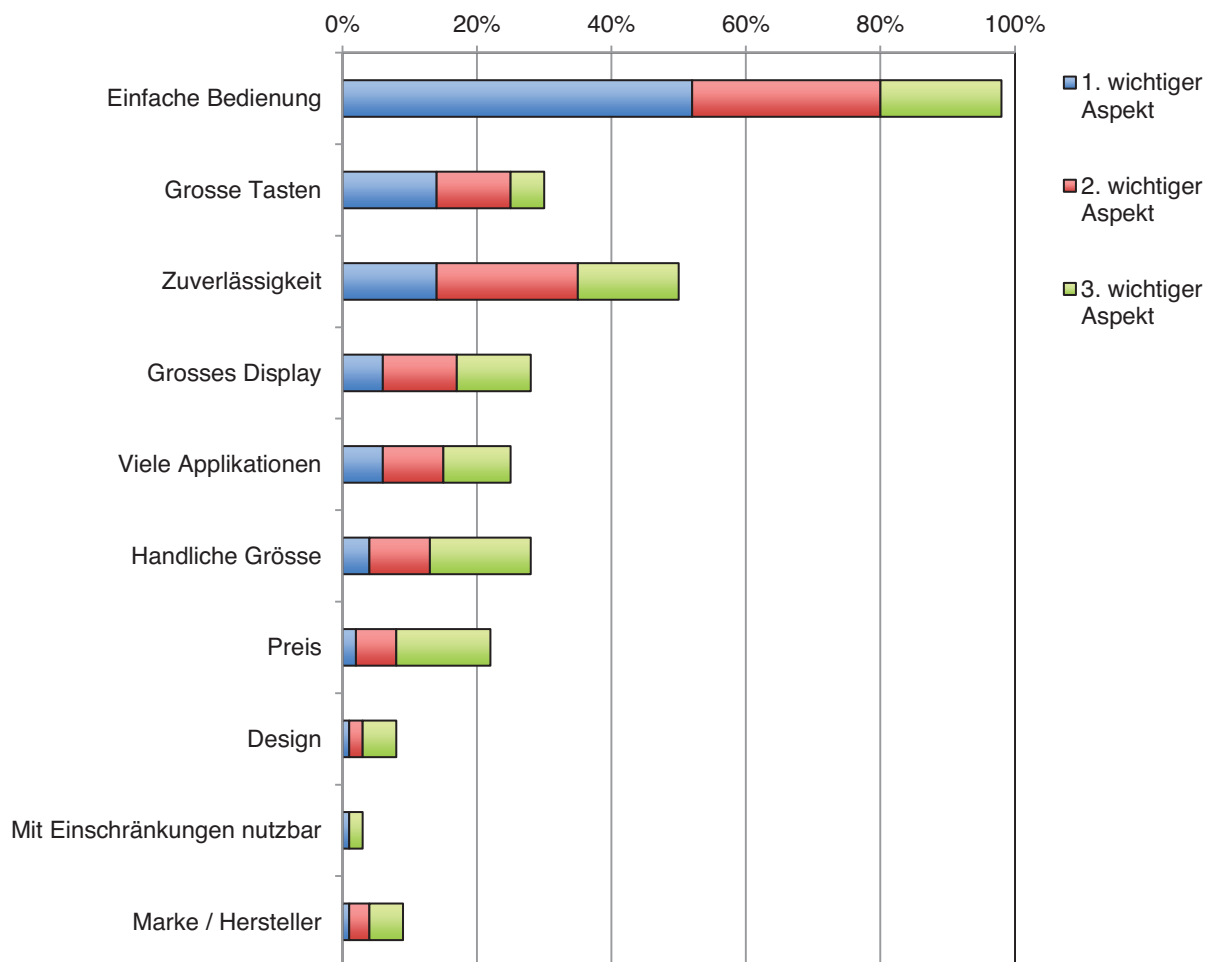


Abb. 44: Wichtige Merkmale bei einem Mobiltelefon / Smartphone (sortiert nach Häufigkeit der 1. Nennung)

Werden alle Nennungen zusammengefasst, wird deutlich, dass von allen befragten Personen die einfache Bedienung und Benutzung als wichtigstes Merkmal angegeben wird, gefolgt von der Zuverlässigkeit, der Grösse, den grossen Tasten und dem grossen Display. Kaum relevant für eine Kaufentscheidung ist die Marke, das Design und die Möglichkeit das Gerät mit Einschränkungen (wie z.B. mit einem Hörgerät) zu nutzen.

Der Vergleich zwischen Onlinern und Offlinern zeigt, dass den Offlinern grosse Tasten/Tastenfelder wichtiger sind als den Onlinern, dafür ist den Offlinern die Anzahl der Applikationen, das Design oder der Hersteller deutlich weniger wichtig.

7 Einfluss der Internetnutzung auf die Alltagsgestaltung

Wie die vorherigen Kapitel gezeigt haben, werden neue Techniken und Technologien wie das Internet nicht von allen älteren Menschen genutzt, und es lassen sich Hemmnisse und Hindernisse beobachten. Es konnte auch gezeigt werden, dass die „digitale Spaltung“ kein alleiniges Schweizer Phänomen ist.

Das Erlernen neuer Technologien oder die Benutzung technischer Hilfsmittel kann gerade im Alter eine Herausforderung bedeuten und daher wird vermutlich von einigen der Offliner der Aufwand des Neuerlernens vermieden. Jedoch zeigen Interventionsprojekte und Studien auch, dass Technik im Allgemeinen, aber auch das Internet im Speziellen eine Unterstützung im täglichen Leben bedeuten kann (vgl. z. B. Erickson & Johnson 2011). „Dank der Technisierung des Alltagslebens wird das Alltagsleben [auch für ältere Menschen] in wesentlichen Dingen erleichtert.“ (Höpflinger 2009, S. 107) Technische Hilfsmittel im Bereich der Kommunikation stehen somit auch dem älteren Menschen als Werkzeug zur Verfügung. So „eröffnen neue Informations- und Kommunikationstechnologien vielfältige Möglichkeiten, ungewollte Isolation zu vermeiden und Kontakte auch über große Entfernungen und bei eingeschränkter Mobilität aufrecht zu erhalten oder neu zu knüpfen.“ (Mollenkopf 2012, S. 224) Neben der Überwindung von räumlichen Distanzen bei der Kontaktpflege zu Angehörigen erhöhen Kommunikationstechnologien auch die Sicherheit der älteren Menschen, da sie mit diesen Techniken bei Schwierigkeiten im Haushalt oder Gefahren schnell jemanden erreichen können. Hierbei ist nicht nur die Rede von direkten Hilfsmitteln wie der Notfallarmbanduhr oder der Sturz erkennenden Fussmatte, sondern auch die Möglichkeit, mittels des Internets Informationen unmittelbar einzuholen und soziale Kontakte zu entfernt lebenden Angehörigen oder Freunden aufrechtzuhalten (vgl. Hogeboom et al. 2010; Lelkes 2013; Bengesser & Tekster 2013). Demzufolge bietet Technik „im Sinne eines konstruktiven Alterns [...] vielfältige Potentiale zur Mit- und Selbstgestaltung“ (Cläßen 2012, S. 502).

Speziell das Internet bietet ein vielfältiges Potenzial für ein aktives und selbstbestimmtes Altern (vgl. Czaja & Lee 2007; Erickson & Johnson 2011; Heo, Kim & Won 2011; Rendant 2012). Informations- und Kommunikationstechnologien wie das Internet stehen dem älteren Menschen daher nicht nur im Wege, vielmehr können die IKT-Produkte „dem einzelnen älteren Menschen helfen, seine Lebensqualität zu erhöhen, gesünder zu bleiben und länger ein selbstständiges Leben zu führen“ (Kommission der Europäischen Gemeinschaften 2007, S. 3). Mollenkopf fasst dies wie folgt zusammen: „Durch den Einsatz der zur Zeit in der Entwicklung befindlichen und zum Teil bereits verfügbaren neuen Technologien können Autonomie, soziale Teilhabe und gesundheitliche Versorgung älterer Menschen in Zukunft noch beträchtlich erhöht werden.“ (Mollenkopf 2012, S. 230)

Soziale Integration, verstanden als Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, aber auch verstanden als Vermeidung von sozialer Isolation, ist gerade im Fokus der Gerontologie ein wichtiger Faktor für die Beschreibung der Lebenssituation im Alter. Für ältere Menschen stellt die soziale Teilhabe eine wichtige Dimension der Lebensqualität dar. Insbesondere für bewegungseingeschränkte Personen zentriert sich das Leben auf die eigenen vier Wände, und die soziale Teilhabe findet vorwiegend über Besuche von aussen und/oder Kontakte über andere Kommunikationswege (z. B. Telefon, Briefe etc.) statt. Neben den persönlichen Besuchen gewinnen hier gerade die neuen technischen Kommunikationsmittel wie das Internet an Relevanz. So fasst Mollenkopf diese spezielle Verbindungsfunktion der technischen Hilfsmittel im Haushalt älterer Menschen auf, wenn sie sagt: „Wenn im Alter die physische Bewegungsfähigkeit nachlässt, zugleich aber immer größere Entfernungen überbrückt werden

müssen, um Beziehungen und Teilhabemöglichkeiten zu erhalten, können sowohl alltägliche technische Kommunikationsmittel – vom traditionellen Telefon über Computer mit Internet- und Email-Anschluß bis zu den neuen Multimedia-Systemen – als auch technische Hilfsmittel wie Notrufsysteme oder elektrische Lesegeräte wichtige Verbindungsfunktionen übernehmen.“ (ebd., S. 229). Gerade in Zeiten der „multilokalen Mehrgenerationenfamilie“ (Bertram 2002) sind Kommunikationstechnologien wie das Internet wichtige Werkzeuge zur Beziehungspflege.

Aber auch hier lässt sich schnell eine Kehrseite der Medaille herauslesen: Die positive Möglichkeit des Aufrechterhaltens sozialer Kontakte durch technisierte Kommunikationswege bedingt ein Verständnis und eigene Kompetenzen im Umgang mit diesen Techniken. Somit stehen gerade ältere Menschen, die diese modernen Technologien nicht nutzen, aussen vor. Für viele jüngere Nutzer des Internets stellt sich diese Hürde der Kompetenzaneignung nicht: Sie kennen sich aus und wenden die Technologien alltäglich an. Aber nicht alle älteren Menschen haben diese Kompetenzen, sie fühlen sich dann umso mehr von der „digitalen“ Aussenwelt abgeschnitten. Folglich bringen solche neuen technischen Hilfsmittel nicht nur Vorteile mit sich, sondern auch Erwartungen, sich mit diesen Dingen auseinanderzusetzen, was dann auch zu Resignation bei Schwierigkeiten des Erlernens führen kann.

Mit den vorliegenden Daten können wir aufzeigen, dass die befragten Personen ab 65 Jahren das Internet bereits als eine der möglichen Ressourcen für die Aufrechterhaltung der eigenen Selbständigkeit ansehen. So bewerten 43 % aller befragter Personen die Aussage „Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbständig zu bleiben“ für sich als eher oder völlig zutreffend (siehe Abb. 45). Bei den Onlinern ist der Anteil der Zustimmung zur Aussage deutlich höher (53 %) als bei den Offlinern (25 %). Dennoch zeigt dieses Antwortverhalten, dass das Internet grundsätzlich als eine Ressource im Alltag wahrgenommen wird, eher noch von den Personen, welche das Internet kennen, aber eben auch von den Offlinern. Auch die weiteren Aussagen zur Verwendung des Internets für bestimmte Bereiche des Lebens (Einfluss auf das eigene Leben, Sicherheit im Leben, Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens) werden von mindestens 25 % aller befragter Personen als zutreffend bewertet (siehe Kapitel 5.3.2.2).

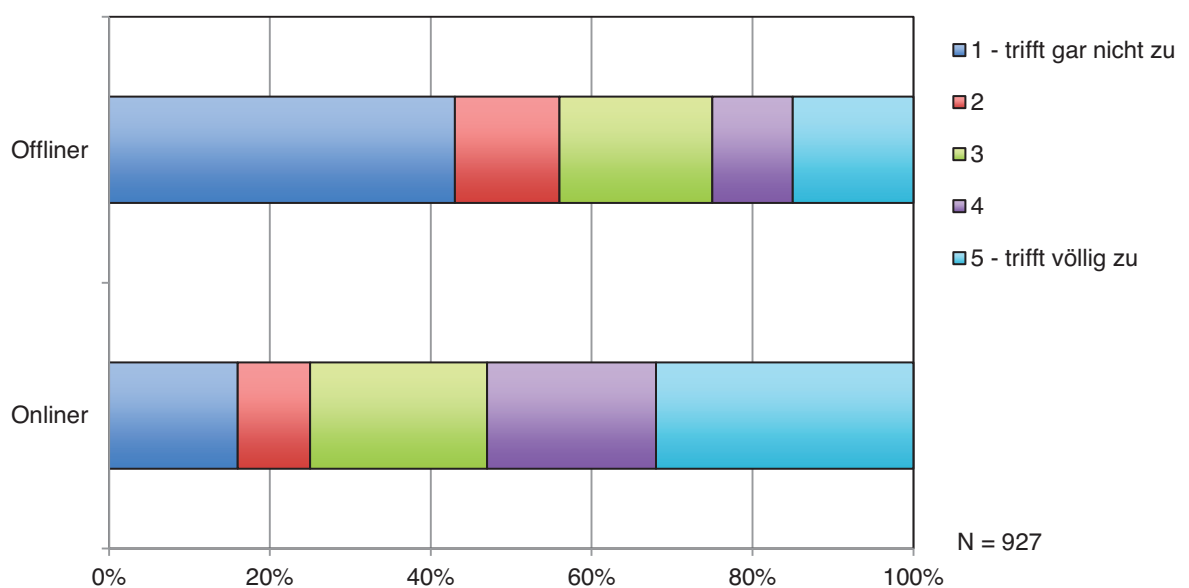


Abb. 45: Aussage „Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbständig zu bleiben“

Mit der aktuellen Einschätzung der eigenen Selbständigkeit und Gesundheit korreliert die Aussage „Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbständig zu bleiben“ zwar nicht signifikant, dennoch wird hier eine gewisse Ressourcenerwartung sichtbar. Eine Erwartung, dass mit Hilfe von Technik und Technologien wie dem Internet die eigene Selbständigkeit länger erhalten werden kann. Mit den vorliegenden Daten kann diese sehr interessante Kausalitätshypothese eines Zusammenhanges von Technik-/Technologienutzung und Selbständigkeit im Alter nicht bestätigt werden; hierzu würden individuelle Längsschnittdaten, am besten in einem kontrollierten Versuchsdesign, benötigt.

Werden die Ergebnisse zur Alltagsbedeutung des Smartphones (siehe Kapitel 6.1.1.4) berücksichtigt, wird deutlich, dass das Smartphone (und das mobile Internet) von den älteren Nutzern als Ressource erlebt wird, den Alltag besser zu organisieren und abzusichern. Damit wird hier auch ein positiver Einfluss auf die Alltagsgestaltung bzw. die Selbständigkeit im Alltag von den NutzerInnen wahrgenommen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass Technik im Alltag innerhalb der Forschungsliteratur als Ressource für eine Alltagsbewältigung und Erhaltung der Selbständigkeit im Alter wahrgenommen wird. Anhand der erhobenen Daten kann festgehalten werden, dass bei über 40 % aller befragten Personen (bei den Onlinern sogar 53 %) das Internet als Ressource für die Selbständigkeit im Alltag angesehen wird. Leider kann der direkte Einfluss der Technologie auf die tatsächliche Selbständigkeit und deren Erhaltung mit den vorliegenden Daten nicht überprüft werden. Dennoch ist im Antwortverhalten der befragten Personen auch eine gewisse Erwartungshaltung gegenüber dem Internet als Ressource spürbar, und diese subjektive Wahrnehmung kann indirekt auch die Wahrnehmung der eigenen Bewältigung des Alltags positiv beeinflussen.

8 Typologie der Einstellungen zum Internet

Die bisherigen deskriptiven Auswertungen zeigen auf, dass aus der Aufteilung der Onliner und Offliner interessante Merkmalsunterschiede ersichtlich werden, und dass eine reine Orientierung auf das kalendarische Alter für eine Interpretation zu kurz greift. Vielmehr zeigt sich, dass neben den externen Ressourcen (z.B. Bildung, Einkommen, Computererfahrungen), die jede einzelne Person mit sich bringt, auch die jeweilige Technikaffinität und die Einstellung zu Technik, hier speziell zum Internet, bedeutsam ist. Es hat sich bereits in der deskriptiven Auswertung häufiger gezeigt, dass etwa 15 % der Offliner eigentlich eine positive Einstellung gegenüber dem Internet haben, aber bisher dieses nicht nutzen. Demzufolge ist es wichtig, die Gruppe der Offliner hinsichtlich ihrer Einstellung zur Internetnutzung näher zu charakterisieren.

Die Initiative D 21 (2010) aus Deutschland ordnet die Internetnutzer (ab 14 Jahren) verschiedenen Nutzertypen zu. Neben den Gelegenheits-, Berufs- und Trendnutzern sowie den digitalen Profis und Avantgardisten beschreibt sie auch die „digitalen Aussenseiter“. Diese Gruppe ist im Durchschnitt 62.5 Jahre alt, vorwiegend weiblich und vorwiegend nicht (mehr) berufstätig. In einer neueren Studie wird diese Gruppe auch als „aussestehender Skeptiker“ bezeichnet (Initiative D 21 2013). Diese Gruppe ist durch Offliner oder Nutzer, die das Internet sehr selten nutzen, geprägt. Sie haben meist auch die Einstellung, dass die Nutzung des Internets nur wenige Vorteile für sie hat und versuchen, den Computer eher zu meiden (ebd. 2010, S. 11).

Die Einteilung der älteren Personengruppe in reine „digitale Aussenseiter“ ist sicherlich zu grob. Es ist daher sinnvoll, diese grobe Unterteilung feiner zu typologisieren. Die europaweite Studie «SeniorWatch» erstellte 2002 für die Personengruppe der über 50-jährigen EU-Europäer folgende Nutzer-Typologie (Tab. 13):

Tab. 13: Typologie Onliner/Offliner nach SeniorWatch

Haupttyp (engl.)	Beschreibung	Anteil %*
• Erfahrene Vorreiter («The experienced frontrunners»)	Nutzer mit guten Kenntnissen bei häufiger Nutzung	26.7
• Ältere Neueinsteiger («The old age beginners»)	Nutzer mit Grundkenntnissen bei geringer Nutzungshäufigkeit	13.0
• Gedanklich Offene («The technologically open minded»)	Nichtnutzer, die neuen Technologien gegenüber aber aufgeschlossen sind	29.1
• Verweigerer («The digitally challenged»)	Nichtnutzer, die kein Interesse an der Nutzung und/oder Erlernung neuer Technologien haben	31.3

Quelle: eigene Darstellung nach SeniorWatch 2002, 94. Daten von 2002 (deutsche Übersetzung: BMFSFJ Deutschland 2005, S. 245).

*Prozentanteil in der EU der 50 +-Population.

Es zeigt sich anhand der (bezüglich der Anteile wahrscheinlich überholten) Aufstellung von SeniorWatch, dass es auch innerhalb der Gruppe der Offliner Personen gibt, die offener gegenüber der Internetnutzung sind. Gerhards und Mende (2005) unterscheiden daher die Offliner in folgende Gruppen:

- *Desinteressierte* (wenige Kenntnisse über das Internet, allgemeines Desinteresse)
- *Distanzierte* (kein persönlicher Nutzen des Internets erkennbar)

- *Ablehnende* (vage Vorstellungen vom Internet, sehen keinen Nutzen, Gedanken an zu hohe Kosten)
- *Nutzungsplaner* (planen die Anschaffung eines Internetzugangs, es ist bereits ein Computer im Haushalt vorhanden)

Anhand der vorliegenden Befragungsdaten aus der Schweiz sollen nun die Offliner hinsichtlich ihrer Einstellungen gegenüber dem Internet klassifiziert werden. Die Dimension „Einstellungen“ soll vorerst herangezogen werden, da die bisherige Datenauswertung gezeigt hat, dass die Einstellungen und Nutzenabwägungen wichtig für die Erklärung sind; andererseits kann vermutet werden, dass gerade bei den Einstellungen Variabilität innerhalb der Onliner beobachtet werden kann. Diese Variabilität hilft bei der weiteren Charakterisierung der Offliner und soll herausstellen, dass die Gruppe der Offliner nicht homogen ist.

Im Fragebogen wurden verschiedene Einstellungen in Form von Aussagen abgefragt, anhand derer eine Art Typologisierung erfolgen kann, unter anderen wurden dafür Aussagen ausgewählt, welche einerseits die allgemeine Einstellung zum Internet, andererseits den distalen (d.h. entfernten, generellen) Nutzen des Internets abdecken. Hierzu wurden je zwei Summenskalen für positive (mind. „trifft zu“) und negative (mind. „trifft nicht zu“) Bewertungen erstellt (siehe Tab. 14).

Tab. 14: Aussagen zur Einstellung zum Internet

Allgemeine Einstellung zum Internet (1. Summenskala)	Distaler Nutzen (2. Summenskala)
„Das Internet ist anregend und faszinierend“	„Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen“
„Das Internet ist Zeitverschwendung“ (umgepolt)	„Das Internet erspart viel Lauferei“
„Auch die ‚ältere Generation‘ sollte das Internet nutzen“	„Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbständig zu bleiben“
	„Die Verwendung des Internets gibt mehr Einfluss auf das eigene Leben“
	„Die Verwendung des Internets gibt mehr Sicherheit im Leben“
	„Die Verwendung des Internets gibt mehr Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens“

Die Summenskalen wurden jeweils miteinander gekreuzt, daraus ergibt sich je eine Matrix der positiven und der negativen Bewertungen. Die Zuordnungen zu der jeweiligen Gruppe erfolgte dann mit der Überlegung, Personen mit besonders positiven wie Personen mit besonders negativen Einstellungen zum Internet voneinander abzugrenzen. Personen, die auf beiden positiven Summenskalen zusammen mindestens den Wert 5 (von 9 Möglichkeiten), sowie auf jeder der beiden Skalen mindestens einen Wert von 2 erzielten, wurden einer Gruppe zugeordnet, die eine sehr positive Einstellung aufweist. Mit dem gleichen Verfahren ergab sich die Gruppe der Personen mit einer negativen Einstellung zum Internet. Die dritte Gruppe (neutrale oder ambivalente Einstellungen zum Internet) ergab sich aus den restlichen Personen.

Die sich aus diesem Verfahren herausgebildeten drei Gruppen widerspiegeln natürlich nur die Dimension der Einstellungen zum Internet. Dieses grobe Einteilungsverfahren wurde verwendet, um die grosse heterogene Gruppe der Offliner sowie die Gruppe der Onliner hinsichtlich ihrer Einstellungen zum Internet zu gruppieren, beschreiben und mit anderen Personenmerkmale in Zusammenhang zu setzen.

In Tabelle 15 können die neu gebildeten Einstellungsgruppen in Abhängigkeit der Gruppenzuordnung Onliner/Offliner betrachtet werden. Aus der Verteilung wird deutlich, dass insgesamt Personen mit neutraler/ambivalenter Einstellung die grösste Gruppe darstellen, gefolgt von denen mit einer positiven beziehungsweise negativen Haltung. Onliner haben im Vergleich zu Offlinern eine positivere Einstellung zum Internet: 48 % der Onliner aber nur 17 % der Offliner gehören zur Gruppe mit den positiven Einstellungen zum Internet. Hingegen sind von den Offlinern 38 % in der Gruppe mit überwiegend negativen Einstellungen zum Internet zu finden, von den Onlinern 17 %.

Tab. 15: Verteilung der Einstellungsgruppen

Einstellungstypen	Onliner	Offliner	Total
Negative Einstellung zum Internet	17	38	25
Neutrale Einstellung zum Internet	35	45	37
Positive Einstellung zum Internet	48	17	36

Anzahl als Spaltenprozente, N = 1018

Es zeigt sich einerseits, dass auch bei den Onlinern Personen mit einer eher negativen Einstellung (bzw. Skeptiker) zum Internet vorzufinden sind. Dadurch lässt sich feststellen, dass Onliner und Offliner heterogen in ihren Einstellungen zum Internet sein können. Andererseits zeigt es sich auch – und das ist das interessante Ergebnis, welches sich auch schon 2009 offenbarte –, dass es unter den Offlinern Personen gibt, die eine positive Einstellung zum Internet haben; dies sind hier 17 %. In der damaligen Erhebung aus dem Jahr 2009 gehörten 24 % zu dieser Gruppe (nach allerdings leicht veränderten Kriterien; da sich zwei der verwendeten Fragen unterscheiden). Nach der Einteilung von SeniorWatch wären diese Personen die „gedanklich Offenen“ bzw. nach Gerhards und Mende (2005) die „Nutzungsplaner“. Diese Aussage wird auch damit untermauert, dass 30 % der Offliner mit einer positiven Einstellung auch die Absicht haben, das Internet in Zukunft zu nutzen (siehe Tab. 16).

Tab. 16: Einstellungsgruppen und Einschätzung zur zukünftigen Nutzung

Möchten Sie in der Zukunft das Internet nutzen?	Onliner			Offliner		
	Einstellungen 3 Stufen			Einstellungen 3 Stufen		
	negativ	neutral	positiv	negativ	neutral	positiv
<i>Ja</i>	93	97	100	6	17	30
<i>Nein</i>	7	3	0	94	83	70

Anzahl als Spaltenprozente, N = 782

Anhand dieser Kombination mit der zukünftigen Nutzungsplanung und einer allgemeinen positiven Einstellung gegenüber dem Internet macht es Sinn, sich diese spezifische Gruppe der „Nutzungsplaner“ unter den Offlinern genauer anzusehen. Denn gerade bei dieser Gruppe scheint das Internet einen gewissen Nutzen hervorzurufen, jedoch scheinen gewisse Hemmnisse oder Hindernisse die tatsächliche Internetnutzung zu verhindern. Gerade diese Nutzungsplaner sind eine wichtige Zielgruppe für allfällige praktische Interventionen.

Werden innerhalb der Offliner die drei Einstellungsgruppen hinsichtlich standarddemografischer Merkmale verglichen, zeigen sich kaum deutliche Unterschiede (Tab. 17). Somit haben diese individuellen formalen Randbedingungen weniger Einfluss auf die Einstellung zum Internet.

Tab. 17: Merkmale der Einstellungsgruppen (nur Offliner), in Prozenten

		Offliner (N = 396)			
Merkmal / Kategorien		Negative Einstellung N = 150	Neutrale Einstellung N = 178	Positive Einstellung N = 68	Alle Offliner
Geschlecht	Mann	35	34	32	34
	Frau	65	66	68	66
Altersgruppen	65-69	15	15	9	14
	70-74	24	20	21	21
	75-79	20	24	28	23
	80-84	20	20	19	19
	85+	21	22	24	22
Sprache	Französisch	13	19	16	17
	Deutsch	76	68	63	70
	Italienisch	11	13	21	14
Zivilstand	ledig	9	8	7	8
	verheiratet oder in Partnerschaft	54	47	46	49
	verwitwet	31	37	35	34
	geschieden oder getrennt lebend	7	8	12	8
Staatsangehörigkeit	Schweizer/in	97	90	88	93
	andere Staatsangehörigkeit	3	10	12	7
Haushaltsform	Privathaushalt	91	90	91	90
	Kollektivhaushalt	9	10	9	10
Personen im Haushalt	1 Person	44	50	50	48
	2 Personen	52	46	47	49
	3 und mehr Personen	5	3	3	4
Schule/Ausbildung	Schule / Berufsausbildung	85	89	87	88
	Fach- / akademische Ausbildung	15	11	13	12
Pro-Kopf-Einkommen (CHF)	Bis 1'500	8	9	5	7
	1'500 bis 2'500	50	50	50	50
	2'501 bis 4'000	28	30	29	29
	4'001 bis 6'000	12	9	16	12
	Über 6'000	3	2	0	2
Total (pro Variable)		100 %	100 %	100 %	100 %

Angaben als Spaltenprozente. Lesebeispiel: Von den Offlinern mit positiver Einstellung sind 32 % Männer, 68 % Frauen.

Anhand der signifikanten Korrelation ($r = .199$, $p = .000$) zwischen der Einstellung zum Internet und der Technikaffinität (Aussage zum Interesse an neuen technischen Dingen) kann festgestellt werden, dass die befragten Offliner, welche angaben sich für neue technische Dinge zu interessieren, auch eher jene sind, die eine positive Einstellung zum Internet haben.

9 Einflussfaktoren auf die Internetnutzung

Neben der deskriptiven Auswertung der Daten sollen nun in einem weiteren Schritt multivariate Analysen durchgeführt werden. Zum einen interessiert dabei der Einfluss bestimmter Faktoren auf die tatsächliche Nutzung des Internets; zum anderen soll der Einfluss dieser Faktoren auf die Nutzung des spezifisch mobilen Internets untersucht werden. Im Folgenden ist es daher das Ziel, die wichtigsten Einflussgrößen unter Berücksichtigung von Wechselwirkungen zu bestimmen um damit Aussage über eventuelle Wirkungsmechanismen zu ermöglichen.

Für die erste Analyse wird als Methode die lineare Regressionsanalyse eingesetzt. Dabei werden alle befragten Personen, also sowohl Onliner als auch Offliner, mit einbezogen. Anhand der Analyse soll versucht werden, die Internetnutzung in den letzten 6 Monaten (als abhängige Variable) durch verschiedene unabhängige Variablen zu erklären. Hierzu werden die unabhängigen Variablen stufenweise in hierarchische Modelle eingebunden. In einer zweiten Analyse, bei der die Methode der logistischen Regressionsanalyse verwendet wird, wird die mobile Internetnutzung als abhängige Variable herangezogen. Bei einer binären logistischen Regression wird analysiert, welche Faktoren die Wahrscheinlichkeit erhöhen, einer der beiden Gruppen (mobile Onliner / nicht mobile Onliner) anzugehören. Mithilfe dieser Regression sollen die relativen Wahrscheinlichkeiten bestimmt werden, mit denen ein bestimmtes Ereignis in Abhängigkeit der unabhängigen Variablen eintritt.

Einleitend zur linearen Regressionsanalyse ist zu sagen, dass dieses statistische Verfahren Beziehungen zwischen einer abhängigen und mehreren unabhängigen Variablen feststellt, wobei das Verfahren die Kontrolle der Interkorrelationen zwischen den Variablen sicherstellt. Hinsichtlich der abhängigen Variable sind bestimmte mathematische Anforderungen (vor allem die fehlende Normalverteilung) verletzt. Auch sollten die unabhängigen Variablen grundsätzlich intervallskaliert und normal verteilt oder dichotom sein. Diese Anforderungen sind bei unserer Berechnung nur teilweise erfüllt. Wir haben uns entschieden, die Verfahren dennoch zu explorativen Zwecken anzuwenden, die Ergebnisse sind aber mit einer gewissen Vorsicht zu interpretieren.

In einem ersten Schritt wurden zwischen allen Variablen, welche in den beiden Regressionsanalysen eingebunden werden sollten, bivariate Korrelationen berechnet, um die Beziehungen zwischen jeweils zwei Variablen abzubilden (Tab. 18). Es bestätigt sich, dass alle unabhängigen (erklärenden) Variablen, wenn auch in unterschiedlicher Stärke, mit der allgemeinen und der mobilen Internetnutzung zusammenhängen. Viele der unabhängigen Variablen sind auch untereinander signifikant korreliert.

9.1 Erklärende Faktoren der Internetnutzung

In der ersten linearen Regressionsanalyse werden 11 unabhängige Variablen stufenweise eingebunden. Die Regression wurde mit sechs sich hierarchisch aufbauenden Modellen berechnet. Abhängige Variable ist die tatsächliche Häufigkeit der Internetnutzung, mit fünf Abstufungen von keiner Nutzung bis zur täglichen Nutzung. Als unabhängige Variablen werden im ersten Modell die soziodemografischen Merkmale Geschlecht, Alter, Bildung und Einkommen berücksichtigt. Im zweiten Modell werden diese durch die Technikaffinität (Mittelwertsskala aus den Aussagen zur Technikaffinität) erweitert. Im dritten Modell wird die Variable mit den Einstellungen zum Internet (siehe Kapitel 8) ergänzt. Im nachfolgenden vierten Modell wird die Regressionsanalyse mit den Schwierigkeiten der Internetnutzung (Mittelwertsskala aus den Faktoren „Kosten/Sicherheit/Zeit“, „Sensomoto-

rik/Gedächtnis“, „Lernen/Technik“, siehe Kapitel 5.3.3.1) ergänzt. Das fünfte Modell nimmt, als eine soziale Ressource zur Überwindung von Hindernissen, die Mittelwertsskala des Zuratens des sozialen Umfeld zur Internetnutzung, auf. Im letzten Modell werden die bisherigen unabhängigen Variablen durch die interessanten Internetanwendungen (Summenskala aus Anzahl der interessanten bzw. genutzten Anwendungen) ergänzt (siehe Tab. 19).

Tab. 18: Interkorrelationen zwischen den Variablen für die Regressionsanalysen

Variablen	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
(1) Internet-nutzung	-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
(2) Mobil Internet	.291	-	.005	.000	.002	.000	.000	.000	.310	.005	.000	.000	.000
(3) Geschlecht	-.258	-.116	-	.473	.000	.000	.000	.000	.006	.198	.000	.175	.000
(4) Alter	-.427	-.220	.022	-	.000	.000	.000	.000	.702	.000	.001	.000	.000
(5) Bildung	.345	.127	-.287	-.113	-	.000	.000	.000	.012	.000	.000	.000	.000
(6) Einkommen	.405	.191	-.265	-.142	.393	-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
(7) Technikaffinität	.470	.289	-.215	-.187	.253	.277	-	.000	.001	.000	.000	.000	.000
(8) Einstellung Internet	.406	.267	-.112	-.130	.111	.137	.406	-	.061	.993	.000	.000	.000
(9) Kost./Sicher./Zeit	.152	.042	-.090	.012	.082	.150	.105	.061	-	.000	.000	.000	.110
(10) Sensor. /Kog.	.226	.116	-.042	-.252	.163	.158	.213	.000	.267	-	.000	.002	.000
(11) Lernen/Technik	.311	.190	-.186	-.112	.230	.166	.333	.162	.402	.391	-	.000	.000
(12) Zuraten sozial Umfeld	.444	.182	-.047	-.208	.146	.193	.375	.403	.129	.111	.125	-	.000
(13) Anwend. Internet	.596	.478	-.184	-.348	.250	.325	.452	.441	.052	.177	.264	.396	-

Anmerkung: N=626-1037; unterhalb der Diagonalen: Pearson-Produkt-Moment-Korrelation, oberhalb: p einseitig getestet.

Fett markiert: bivariate Korrelationen (mit Signifikanzen) der abhängigen Variablen in den beiden folgenden Analysen.

Die Korrelationen zum mobilen Internet (2) beziehen sich nur auf Onliner, sind daher nicht direkt mit den anderen Korrelationen vergleichbar.

Im letzten Modell der ersten Regressionsanalyse können 55 % der Varianz der Internetnutzung durch die unabhängigen Variablen erklärt werden. Das Gesamtmodell ist mit $p = .000$ hoch signifikant. Die abgebildeten Beta-Werte machen eine Aussage über die Stärke des gerichteten Zusammenhangs der einzelnen unabhängigen Variablen mit der abhängigen Variable, unter Berücksichtigung aller anderen einbezogenen Variablen.

Statistisch signifikante Einflüsse (5 %-Niveau) auf die tatsächliche Häufigkeit der Internetnutzung haben somit:

- das Geschlecht,
- das Alter,
- die Bildung,
- das Haushaltseinkommen,
- die Technikaffinität,
- die Einstellung zum Internet,
- die Schwierigkeit mit dem Erlernen und der Technik,

- das Zuraten des sozialen Umfeldes sowie
- die interessanten Internetanwendungen.

Tab. 19: Regressionsanalyse mit Internetnutzung in den letzten 6 Monaten als abhängige Variable

Variablen	Modell 1: Sozio- demographie		Modell 2: Technik- affinität		Modell 3: Einstellungen zum Internet		Modell 4: Schwierig- keiten		Modell 5: Soziale Unterstützung		Modell 6: Interessante Internet- anwendungen	
	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
(Konstante)		.000		.000		.000		.000		.000		.000
Geschlecht	-.135	.000	-.096	.001	-.091	.001	-.082	.003	-.094	.001	-.083	.002
Alter	-.370	.000	-.326	.000	-.313	.000	-.309	.000	-.286	.000	-.232	.000
Bildung	.165	.000	.126	.000	.127	.000	.115	.000	.108	.000	.096	.001
Einkommen	.252	.000	.201	.000	.197	.000	.190	.000	.177	.000	.138	.000
Technik- affinität			.301	.000	.213	.000	.186	.000	.142	.000	.100	.000
Einstellung Internet					.227	.000	.226	.000	.169	.000	.107	.000
S1: Kosten/ Sicherheit/Zeit							.039	.169	.019	.510	.038	.177
S2: Senso- motor. /Kog.							.013	.656	.010	.743	.005	.850
S3: Lernen/ Technik							.084	.007	.097	.003	.070	.025
Zuraten sozial Umfeld									.193	.000	.154	.000
Anwend. In- ternet											.256	.000

Modelle	R	R ²	F	df1	df2	p
(1) Soziodemographie	.593	.352	116.981	4	863	.000
(2) Technikaffinität	.656	.430	128.260	5	851	.000
(3) Einstellungen zum Internet	.688	.473	127.021	6	850	.000
(4) Schwierigkeiten	.696	.484	81.314	9	781	.000
(5) soziale Unterstützung	.715	.512	73.850	10	705	.000
(6) Interessante Anwendungen	.742	.550	78.335	11	704	.000

Anmerkung: N=838-1037; Die lineare Regressionsanalyse wurde mit paarweisem Ausschluss von fehlenden Werten berechnet

Auf das Geschlecht bezogen können negative Beta-Werte dahingehend interpretiert werden, dass Männer häufiger das Internet nutzen als Frauen. Auf das Alter bezogen bedeuten die negativen Beta-Werte, dass je älter die befragte Person ist, um so höher die Wahrscheinlichkeit ist, dass diese das Internet selber nicht oder wenig häufig nutzt. Für die Bildung und das Einkommen bedeuten die Werte, dass Personen mit einer höheren Bildung und einem höheren Einkommen der Wahrscheinlichkeit nach eher das Internet allgemein bzw. intensiv nutzen. Die Werte für die Technikaffinität und den Einstellungen zum Internet können demnach ähnlich interpretiert werden, dass Personen mit einer Affinität für Technik und einer positiven Einstellung zum Internet eher jene sind, welche das Internet selber auch nutzen. Bei den Schwierigkeiten hiesse das, dass diejenigen, die mit dem Lernen und der Technik Schwierigkeiten haben, eher das Internet nicht selber bzw. nicht häufig nutzen. Per-

sonen, welche viele Internetanwendungen interessant finden und in einem sozialen Umfeld leben, das zur Nutzung rät, sind auch eher jene, welche das Internet selber nutzen bzw. häufig nutzen.

Die Anzahl der interessanten Internetanwendungen nimmt bei der Regressionsanalyse die grösste Bedeutung für die tatsächliche Internetnutzung ein. Das Alter nimmt interessanterweise den zweiten Platz ein, gefolgt vom Zuraten durch das soziale Umfeld. Somit nimmt der direkte Nutzen des Internets, gemessen an den interessanten Anwendungen, einen grossen Teil bei der Erklärung der generellen Nutzung ein. Dennoch scheint immer noch die digitale Spaltung spürbar zu sein, da innerhalb der Analyse das kalendarische Alter eine nicht zu vernachlässigende Bedeutung für die Aufklärung der Zusammenhänge liefert. Offenbar kann der Effekt des Alters einer Person nicht vollständig durch andere Faktoren (wie Bildung, Einkommen, Einstellungen, Affinitäten, Nutzeneinschätzung) im Modell erklärt werden.

Der direkte Vergleich der Regressionsanalysen aus den Daten von 2009 und den aktuellen Daten zeigt auf, dass auch in der aktuellen Erhebung ähnliche Faktoren einen signifikanten Einfluss auf die Internetnutzung hatten. In beiden Erhebungen gemeinsam waren folgende Variablen im Gesamtmodell signifikant: Alter, Bildung, Einkommen, Technikaffinität, die Schwierigkeit mit dem Erlernen und der Technik, das Zuraten aus dem sozialen Umfeld sowie die interessanten Anwendungen. Interessanterweise haben in der aktuellen Erhebung das Geschlecht sowie die Einstellungen zum Internet nun signifikante Einflüsse auf die Erklärung der Internetnutzung.

9.2 Erklärende Faktoren der mobilen Internetnutzung (Onliner)

Da in der aktuellen Erhebung nun auch die mobile Nutzung des Internets (mit Smartphones und Tablet-Computern) erhoben worden ist, ist es sinnvoll, hier eine ähnliche multivariate Zusammenhangsmessung vorzunehmen. Uns interessiert dabei, welche Merkmale die mobile Internetnutzung beeinflussen und wie sich dadurch die Gruppe der mobilen Onliner von der Gruppe der Onliner, welche das Internet nicht mobil nutzen, unterscheidet. Um hierzu eine Aussage zu treffen, modellieren wir aus den Angaben zur mobilen Internetnutzung eine binäre (0/1 kodierte) Variable, in der alle Onliner (N = 626) enthalten sind und mit 1 (N = 203) jene kodiert sind, welche das Internet auch mobil nutzen und mit 0 (N = 423) jene, welche das Internet zwar generell nutzen, aber nicht mobil (unterwegs). Diese Variable wird als abhängige Variable im Analysemodell verwendet. Als unabhängige Variablen werden die selben Variablen wie bei der ersten Regressionsanalyse (siehe Kapitel 9.1) verwendet, mit Ausnahme der Schwierigkeiten und des Zuratens des sozialen Umfelds. Die jeweiligen Korrelationsmasse zwischen den verwendeten Variablen können auch der Tabelle 18 (in Spalte/Zeile 2) entnommen werden.

Als methodischer Ansatz wird die binäre logistische Regression verwendet. Hierbei wird gemessen, welche der unabhängigen Variablen die Wahrscheinlichkeit erhöht, einer der beiden Gruppe anzugehören. Mit Hilfe dieser Regression sollen die relativen Wahrscheinlichkeiten bestimmt werden, mit denen ein bestimmtes Ereignis in Abhängigkeit der unabhängigen Variablen eintritt. Bei der Durchführung einer logistischen Regression wird kein linearer Zusammenhang (wie bei der oben durchgeführten linearen Regressionsanalyse) angenommen. Vielmehr geht es um die Wahrscheinlichkeit bzw. Chance – in Abhängigkeit der unabhängigen Variablen –, in einer der beiden Gruppen (mobile Onliner / nicht mobile Onliner) zu sein, wenn bestimmte Merkmale erfüllt sind.

Mit den eingebundenen unabhängigen Variablen erhalten wir bei der binären logistischen Regressionsanalyse ein signifikantes Gesamtmodell und gute Modellwerte (siehe Tab. 20). Statistisch signifikante Einflüsse auf die Frage, ob eine Person das Internet auch mobil (unterwegs) nutzt oder nicht, haben das Alter, das Einkommen, die Technikaffinität und die Anzahl der genutzten Internetanwendungen (siehe Tab. 20)

Tabelle 20: Logistische Regression mit der abhängigen Dummy-Variablen „Mobile Onliner“

	<i>B</i>	<i>SD</i>	<i>Wald</i>	<i>Sig.</i>	<i>Exp (B)</i>
(Konstante)	-.822	1.900	.187	.015	.440
Geschlecht	-.067	.236	.079	.778	.936
Alter	-.074	.024	9.851	.002	.928
Bildung	-.009	.087	.010	.922	.991
Einkommen	.120	.059	4.186	.041	1.127
Technikaffinität	.331	.149	4.961	.026	1.392
Einstellung Internet	.277	.174	2.522	.112	1.319
Internetanwendungen	.331	.045	53.553	.000	1.393
Modellzusammenfassung	<i>Werte</i>				
<i>Modell (Omnibustest)</i>					
Chi-Quadrat	169.840				
df/Sig.	7/ .000				
<i>Modellzusammenfassung</i>					
2- Log Likelihood	508.563				
Cox & Snell R-Quadrat	.272				
Nagelkerkes R-Quadrat	.379				
Modellvorhersage (Gesamtprozentsatz)	77.3 %				

Abhängige Variable Internetnutzung: 0 = Nicht mobile Onliner; 1 = Mobile Onliner. Binäre logistische Regression (Methode: Eingabe), N = 462

Interessant ist, dass die anderen aus der deskriptiven Analyse ermittelten Faktoren wie z.B. Geschlecht, Bildung und Einstellungen zum Internet im Gesamtmodell nicht signifikant (5 % Niveau) sind. Dies spricht aber auch dafür, dass zwar das Alter immer noch eine wichtige Erklärungskraft besitzt, jedoch auch individuelle Faktoren wie die Technikaffinität und der empfundene Nutzen (Anzahl Internetanwendungen) am besten die Internetnutzung vorhersagen.

Anhand der zweiten Regressionsanalyse ergibt sich für den Gruppenvergleich (Mobile Onliner / nicht mobile Onliner) folgende Interpretation: Eine Zunahme des kalendarischen Alters reduziert die relative Wahrscheinlichkeit, das Internet mobil zu nutzen; jedoch kann hier nicht von einem linearen Zusammenhang gesprochen werden. Für die Variable Einkommen kann der Zusammenhang ähnlich formuliert werden: Personen mit höherem Einkommen befinden sich der Wahrscheinlichkeit nach eher in der Gruppe der „mobilen Onliner“. Die Werte der unabhängigen Variablen Technikaffinität und Internetanwendungen können folgendermassen interpretiert werden: Statistisch gesehen haben Personen, die ein Interesse an Technik haben und einen hohen Nutzen im Internet sehen (gemessen an der Anzahl der genutzten Anwendungen), eine höhere (ca. 1.4 mal grössere) relative Wahrscheinlichkeit, mobil online zu sein im Vergleich zu Personen, die weniger Technikinteresse haben oder den Nutzen im Internet nicht so sehen.

Auf Grundlage der zwei durchgeführten Regressionsanalysen kann gesagt werden, dass die Internetnutzung durch verschiedene Faktoren bedingt ist. Neben den soziodemografischen Merkmalen Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen sind es vor allem die persönlichen Einstellungen zur Technik und zum Internet, die eigene Technikaffinität, den erwarteten Schwierigkeiten beim Erlernen

des Internets und der Technikbedienung, der proximale Nutzen, der in den interessanten Internetanwendungen gesehen wird, sowie das Zuraten zu Internet aus dem sozialen Umfeld, die eine Nutzung des Internet begünstigen. Für die spezifisch mobile Nutzung des Internets mit Smartphones oder Tablet-Computern unterwegs scheinen sich diese Zusammenhangsbedingungen zu bestätigen, jedoch konnte mit der Analyse nur bestätigt werden, dass das Alter, das Einkommen sowie die Technikaffinität und der proximale Nutzen eine mobile Nutzung zusätzlich fördert.

Es zeigt sich aber auch, dass allein soziodemografische Merkmale die generelle Internetnutzung nicht erklären kann, vielmehr sind es das Interesse und der erwartete individuellen Nutzengewinn sowie die geringeren Schwierigkeiten bei der Nutzung (Leichtigkeit der Bedienung), welche eine Beschäftigung mit dem Internet fördern. Daneben ist es auch das Zuraten aus dem sozialen Umfeld, das eine Nutzungsintensität unterstützt. Dieses Zuraten kann dabei als einseitige Forderung verstanden werden, aber auch als soziale Ressource in der Form, dass die Personen aus dem sozialen Umfeld dann auch beim Erlernen behilflich sein können.

10 Fazit zum Vergleich der Erhebungen 2009 und 2014

Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass sich der Anteil der Onliner in der Altersgruppe 65 plus deutlich erhöht hat (Kapitel 5.2.2). Werden die gewichteten Daten beider Erhebungen berücksichtigt, ist der Anstieg deutlich erkennbar; so steigt die Anzahl der Onliner (weiterer Nutzerkreis) von 37.8 % auf 55.7 %. Die Differenz zwischen beiden Werten entspricht etwa 18 Prozentpunkten, dies entspricht einem relativen Anstieg um 47.4 %. Daraus kann gefolgert werden, dass sich die Nutzungszahlen der Personen ab 65 Jahren langsam, aber stetig der Nutzungshäufigkeit der jüngeren Generationen annähern.

Dennoch kann weiterhin ein „digitaler Gap“ zwischen den Personen unter und ab 65 Jahren festgestellt werden, welcher sich in den unterschiedlichen Nutzungszahlen niederschlägt. Interessanterweise lässt sich dieser Unterschied nicht nur zwischen der Gruppe der unter und über 65-Jährigen feststellen, sondern auch in der Gruppe der Personen ab 65 Jahren. Die Nutzungszahlen bei dieser Gruppe unterscheiden sich stark nach dem Kriterium Alter, so nutzen über 80-Jährige deutlich seltener das Internet als Personen zwischen 65 und 70 Jahren. Für die weitere Zukunft kann vermutet werden, dass sich die Nutzungszahlen aller Generationen bezogen auf das allgemeine Internet in etwa anpassen werden; auch wenn Personen insbesondere ab 80 oder 85 Jahren das Internet wohl immer etwas weniger nutzen werden.

Jedoch impliziert diese beobachtbare Anpassung der Nutzungszahlen nicht zwangsläufig eine Anpassung hinsichtlich aller Technologien. Es kann davon ausgegangen werden, dass neuere Technologien und Technikanwendungen (Hardware wie Software) gerade für ältere Menschen, welche mit diesen neuen Technologien nicht aufgewachsen sind oder diese im Arbeitsleben nicht stark verinnerlicht haben, eine (grössere) Herausforderung bedeuten kann. Dies zeigt sich z.B. bei dem Thema der mobilen Internetnutzung und dem Gebrauch des Smartphones oder des Tablet-Computers. Hier nutzen ältere Menschen noch selten (erst etwa 1/3) diese Technologie bzw. diese Nutzungsart des Internets. Für die mobile Internetnutzung zeigen sich ähnliche Hinderungsgründe, wie sie sich 2009 und in der aktuellen Erhebung für die allgemeine Internetnutzung gezeigt haben: Neben den fehlenden Ressourcen ist es insbesondere die Angst vor technischen oder lernbedingten Schwierigkeiten und der fehlende Nutzengewinn sowie die fehlende Unterstützung. Diese Punkte zeigten sich damals wie heute für die allgemeine Internetnutzung und heute speziell für die mobile Internetnutzung. Dies impliziert die Vermutung ähnlicher Muster. Für die Zukunft bedeutet dies, dass neuere Technologien im Alter immer wieder zu allgemeinen Anpassungsprozessen in der Altersgruppe führen werden, welche durch einen „digitalen Gap“ bzw. unterschiedlichen Nutzungszahlen zwischen den Generationen sichtbar werden. Demzufolge ist es wichtig, gerade die Punkte der Überwindung von allfälligen Hindernissen und Schwierigkeiten, der Aktivierung von sozialer Unterstützung sowie des Aufzeigens des proximalen und distalen Nutzens zu betonen und sich weniger nur auf die soziodemografischen Merkmale und Ressourcen (wie Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen und Gesundheit) in der Erklärung der unterschiedlichen Nutzungsverhalten zu fokussieren.

Aus den durchgeführten deskriptiven wie multivariaten Analysen kann festgehalten werden, dass sich die Charakteristiken der Onliner und Offliner seit 2009 nicht stark geändert haben. Die Beschreibung der Personengruppe „Onliner“ enthält im grossen und ganzen ähnliche prägnante Merkmale (siehe Kapitel 5.3 und Kapitel 9). Aus den Ergebnissen lässt sich zeigen, dass damals wie aktuell das Alter als Erklärungsgrösse herangezogen werden kann. Dennoch sollte dies nicht als kausaler oder altersbedingter Zusammenhang verstanden werden, wonach die Nutzung mit dem Alter automatisch

abnehme; vielmehr bedeutet dies nur, dass sich die tatsächlichen Nutzungszahlen zwischen den Altersgruppen bzw. -kohorten unterscheiden. Der Vergleich zwischen den Jahren 2009 und 2014 zeigt auch, dass es nicht nur zu kohortenbedingten Erhöhungen der Nutzungszahlen in der Personen-Gruppe ab 65 Jahren gekommen ist, sondern dass auch individuelle Anpassungen stattgefunden haben müssen. Dies bedeutet, dass es auch in dieser Altersgruppe offenbar viele NeunutzerInnen gibt, welche sich die Internetnutzung erst nach der Pensionierung angeeignet haben.

Weiterhin zeigt es sich auch, dass Männer damals wie heute eher jene sind, welche das Internet nutzen. Des Weiteren tragen Faktoren wie Bildung und Einkommen 2009 wie in der aktuellen Erhebung zur Erklärung der Internetnutzung bei. Neben den soziodemografischen Merkmalen unterscheiden sich On- und Offliner auch weiterhin hinsichtlich ihrer Affinität der Technik gegenüber, der Einstellung zum Internet und der individuellen Nutzenbilanz zum Internet. Auch sehen Offliner eher Schwierigkeiten und Hindernisse, insbesondere beim Erlernen und der Angst vor technischen Problemen, welche eine potenzielle Nutzung verhindern. Darüber hinaus besteht das soziale Umfeld der Offliner damals wie heute eher aus Offlinern, und sie erhalten auch weiterhin weniger Zuraten zur Nutzung aus ihrem sozialen Umfeld, und damit verbunden vielleicht auch weniger hilfreichen Support zum Erlernen der Nutzung.

Bei der Betrachtung der Typologie der Einstellungen zum Internet (siehe Kapitel 8) ist interessant, dass zwar weiterhin rund die Hälfte der Onliner eine explizit positive Einstellung zum Internet hat und 38 % der Offliner eine negative Einstellung aufweisen, in der aktuellen Erhebung aber auch 17 % der Onliner eine deutlich negative Einstellung zum Internet haben. Dies könnte bedeuten, dass unter den heutigen Onlinern auch jene Personen sind, die zwar das Internet nutzen, vielleicht auch, weil sie damit einen direkten Nutzen erfüllen (z.B. Skypen mit den Enkelkindern, Email-Kontakt mit Freunden), aber persönlich dem Internet gegenüber eher skeptisch oder gar negativ gegenüber stehen. Bei den Offlinern lassen sich auch in der aktuellen Erhebung wieder Personen finden (17 %), welche das Internet zwar nicht nutzen, aber eine positive Einstellung zum Internet haben. Jene 15–20 % der Offliner, welche eigentlich positiv zum Internet eingestellt sind, den Nutzen darin sehen und in Zukunft das Internet nutzen möchten, lassen sich auch in den Daten der aktuellen Erhebung finden. Jene Personen sind die „Nutzungsplaner“, welche aber dennoch Hindernisse und Schwierigkeiten angeben, welche eine tatsächliche Internetnutzung verhindern; unter ihnen vor allem Schwierigkeiten mit dem Aufwand des Erlernens, den allfälligen technischen Schwierigkeiten und der fehlenden Unterstützung.

Bei den angegebenen Schwierigkeiten und Hindernissen zur Internetnutzung geben die damaligen wie die heutigen Offliner ähnliche Punkte in ähnlichen Prioritäten an (siehe Kapitel 5.3.3.1). Die am häufigsten genannten Punkte 2009 wie 2014 sind: Die Anwendung ist zu kompliziert, das Erlernen ist zu aufwendig, Sicherheitsbedenken und fehlende Unterstützung. Interessant ist, dass die Kosten, obwohl in den letzten 5 Jahren die Kosten für die Internetnutzung eher gesunken sind, in der aktuellen Erhebung (38 %) etwas höher eingestuft wurden als dies 2009 (33 %) der Fall war. Aktuell und damals ein brennendes Thema für Onliner wie Offliner sind die Sicherheitsbedenken (jeweils mehr als 50 %); dies scheint weiterhin ein wichtiges Problem zu sein.

Von den Onlinern wurden 2009 und werden aktuell ähnliche Internetanwendungen genutzt. Führend damals wie heute sind Bereiche wie Emails schreiben und empfangen, Reiseinformationen und allgemeine Informationen im Internet suchen. Weniger attraktiv weiterhin sind spezifische Anwendungen wie z.B. multimediale Inhalte, Forenbeiträge oder soziale Netzwerke. Interessant ist, dass die in

den Medien und in der Internetforschung präsenten sozialen Netzwerke⁷ und Foren für die befragten Personen weniger interessant sind; lediglich unter 15 % der Onliner nutzen dies, und nur 30 % der Onliner und 10 % der Offliner finden dies interessant. Hier unterscheidet sich die Nutzungshäufigkeit noch stark im Vergleich zu den jüngeren Generationen.

Im Unterschied zur damaligen Befragungsstudie wurden in der aktuellen Erhebung auch die Nutzung von Smartphones und Tablet-Computern sowie die Nutzung des Internets unterwegs erfasst (siehe Kapitel 6). Es zeigte sich, dass etwa 1/3 der befragten Personen bereits ein Smartphone und/oder einen Tablet-Computer besitzen und damit auch regelmässig ins Internet gehen. Die Nutzer des mobilen Internets sind eher jüngere, gut gebildete (und einkommensstarke) Männer mit einer hohen Technikaffinität und einem generellen bzw. spezifischen Interesse am Internet. Mobile Onliner nutzen meist das Internet an verschiedenen Orten (zu Hause wie mobil) und sehen die Möglichkeit der mobilen Nutzung als zusätzlichen Gewinn an, gerade auch weil für sie die mobilen Endgeräte gewisse Vorteile gegenüber dem stationären Computer haben. Interessant ist es hierbei zu beobachten, wie sich diese Tendenz weiter entwickeln wird, und ob zunehmend der Computer durch mobile Endgeräte ersetzt wird.

Die alltägliche Bedeutung des Internets für die älteren NutzerInnen zeigt sich in der Auswertung spezifischer Aussagen und Meinungen der befragten Personen (siehe Kapitel 7). Demnach ermöglicht das Internet für mehr als 1/3 der befragten Onliner eine Aufrechterhaltung der Selbständigkeit sowie eine positive Beeinflussung des Lebens. Von allen befragten Personen stimmen 43 % der Aussage „Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbständig zu bleiben“ zu; bei den Onlinern sind dies gar 53 %, bei den Offlinern noch 25 %. Demnach hat für zahlreiche der befragten Personen das Internet auch einen positiven Einfluss auf die Alltagsgestaltung und wird aktiv als Ressource im Alter verwendet.

⁷ Vgl. hierzu Bennett 2011, Richter et al. 2013

11 Exkurs: Onliner- und Offliner-Typen

Anhand der Daten und theoretischen Überlegungen sollen im Folgenden sechs Internettypen vorgestellt werden. Es werden drei Onliner-Typen und drei Offliner-Typen voneinander unterschieden. Die Onliner-Typen werden aus der Überlegung charakterisiert, jene Personen von einander zu trennen, welche das Internet unterschiedlich stark nutzen. Die Offliner-Typen werden hinsichtlich des Merkmals „Einstellung zum Internet“ (siehe Kapitel 8) eingeteilt. Hieraus ergeben sich sechs unterschiedliche Typen, welche unterschiedliche Merkmalsausprägungen präsentieren (siehe Tab. 21).

Tab. 21: Onliner- und Offliner-Typen

Typen	Gruppencharakteristik	Anteil an Hauptgruppe (Onliner/Offliner)
Onlinertypen		
<i>Intensivnutzer</i>	Nutzen das Internet täglich. 46 % nutzen das Internet auch mobil. 64 % haben eine positive Einstellung zum Internet. Sie sind sehr technikaffin und mehr an Technik interessiert als z.B. die Gelegenheitsnutzer. Ihr Umfeld besteht aus Onlinern und ihnen wird mehrheitlich zur Nutzung geraten. Sie nutzen zahlreiche Internetanwendungen. Im Durchschnitt sind sie 71 Jahre alt. 65 % sind Männer. Von den Intensivnutzern haben 43 % eine Fach- oder akademische Ausbildung. Sie verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen. 69 % leben in Paarhaushalten.	52 %
<i>Gelegenheitsnutzer</i>	Nutzen das Internet mindestens monatlich. 19 % nutzen das Internet mobil. 43 % haben eine neutrale Einstellung zum Internet, 24 % haben eine negative Einstellung dazu. Sie nutzen weniger Internetanwendungen als die Gruppe der Intensivnutzer. Personen dieser Gruppe sind im Durchschnitt 72 Jahre alt. 53 % sind Frauen. 79 % haben als höchste Bildungsstufe eine Schul- oder Berufsausbildung angegeben. 70 % leben in Paarhaushalten.	40 %
<i>Seltennutzer</i>	Nutzen das Internet selten. 10 % nutzen das Internet mobil. 41 % haben eine negative Einstellung zum Internet. Sie sind weniger technikinteressiert und ihnen fällt die Bedienung neuer technischer Geräte eher schwer. 74 % nutzen nur weniger als 3 Anwendungen im Internet, hier vor allem Emails schreiben und Informationssuche. Das Durchschnittsalter liegt bei 73 Jahren. 58 % sind Frauen. 80 % haben als höchste Bildungsstufe eine Schul- oder Berufsausbildung angegeben. 43 % leben allein. 9 % sind auf Hilfe im Alltag angewiesen. Sie haben ein schlechteres Altersbild von sich als die Intensivnutzer.	8 %
Offlinertypen		
<i>Nutzungsinteressierte</i>	30 % dieser Gruppe planen konkret in näherer Zukunft das Internet zu nutzen. Sie haben eine positive Einstellung zum Internet. Sie geben zahlreiche Internetanwendungen an, welche sie interessieren. 33 % sind Männer. Das Durchschnittsalter liegt bei 79 Jahren. 14 % haben eine Fach- bzw. akademische Ausbildung. Personen aus dieser Gruppe haben ein etwas höheres Einkommen als Personen aus der Gruppe „Ambivalente“. 50 % leben allein. 12 % sind Ausländer. 87 % geben an, dass sie noch selbständig im Haushalt leben. Sie sind technikaffiner als die „Ablehnenden“. Ihr Altersbild ist positiver als jenes der „Ablehnenden“. Sie bekommen deutlich mehr Zuraten von ihrem sozialen Umfeld zur Internetnutzung als die Gruppen der „Ambivalenten“ oder „Ablehnenden“. 26 % fühlen sich aus der Gesellschaft ausgeschlossen, weil sie das Internet nicht nutzen.	17 %
<i>Ambivalente</i>	Sie haben eine ambivalente Meinung zum Internet. 30 % fanden keine der vorgestellten Internetanwendungen interessant; weitere 39 % finden weniger als 5 Anwendungen interessant. 66 % sind Frauen. Das Durchschnittsalter liegt bei 78 Jahren. Nur 11 % haben eine Fach- bzw. akademische Ausbildung.	45 %
<i>Ablehnende</i>	Sie haben eine negative Einstellung zum Internet. Nur 6 % könnten sich vorstellen, einmal das Internet zu nutzen. 40 % finden keine Internetanwendungen interessant; weitere 48 % finden weniger als 5 Anwendungen interessant. 65 % sind Frauen. Das Durchschnittsalter: 78 Jahre. 15 % haben eine Fach- bzw. akademische Ausbildung. 52 % leben in Haushalten mit 2 Personen. Nur 2 % sind Ausländer. 87 % geben an, dass sie noch selbständig im Haushalt leben. Sie geben häufig sensorische oder kognitive Schwierigkeiten als Hinderungsgründe an. Nur 6 % fühlen sich wegen der Nichtnutzung von der Gesellschaft ausgeschlossen.	38 %

Aus der Gegenüberstellung der sechs Gruppen ergibt sich eine systematische Charakterisierung, welche anzeigt, dass es sowohl bei den Offlinern Nutzungsplaner, aber auch bei den Onlinern „Seltennutzer“ gibt, welche das Internet vielleicht in Zukunft nicht mehr nutzen möchten. Des Weiteren wird deutlich, dass nicht alle Onliner „heavy users“, sondern ein grosser Teil auch eher Gelegenheitsnutzer sind. Bei den Offlinern haben nicht alle eine negative bzw. desinteressierte Einstellung zum Internet, viele von ihnen haben eine ambivalente oder positive Haltung. Demzufolge sind Onliner wie Offliner in ihren Gruppen heterogen. Bei den Offlinertypen ist auch zu erkennen, dass hier weniger soziodemografische oder externe Merkmale den Unterschied sichtbar machen, sondern eher die Einstellung zum Internet und der erwartete Nutzen. Es scheint, dass sich die Nutzungsinteressierten theoretisch mit dem Internet beschäftigt haben und auch zahlreiche Internetanwendungen interessant finden. Somit besteht der Anreiz, das Internet zu nutzen, aber gewisse Schwierigkeiten scheinen die Personen noch daran zu hindern, den Einstieg zu vollziehen. Interessant ist auch, dass sich die „Nutzungsinteressierten“ viel häufiger als z.B. die „Ablehnenden“ von der gesellschaftlichen Teilhabe ausgeschlossen fühlen, da sie das Internet nicht nutzen. Dies macht deutlich, dass nicht nur Nutzererwartungen eine Rolle spielen, sondern auch Erwartungen an eine soziale Teilhabe.

Die vorgestellten theoretischen Typen ermöglichen zum einen, die befragten Personen besser zu gruppieren und zum anderen, darin gezielt Massnahmen (siehe Kapitel 12) für jede Gruppe zu planen. Jedoch sollten diese Typologisierung nicht zu ernst genommen werden; vielmehr sollten individuelle Bedürfnisse und allfällige Hindernisgründe der Personen erhoben und daraufhin individualisierte Massnahmen bzw. Interventionen geplant werden.

12 Exkurs: Mögliche Massnahmen

In der Schweiz wie in den meisten europäischen und vielen aussereuropäischen Staaten ist das Thema der Internet-Nutzung bei älteren Menschen, gerade wegen der beobachtbaren „digitalen Spaltung“, ein weiterhin relevantes Thema. Viele Länder versuchen, den digitalen Graben zwischen den Altersgruppen durch verschiedenste Programme zu verringern. Bei der Erhebung 2009 stand vor allem das europäische Projekt eInclusion im Rahmen der Strategie i2010 im Vordergrund. Noch heute betont der aktuelle nationale Aktionsplan 2012-2015 (Digitale Integration Schweiz) die Wichtigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien.

Ziel dieses Aktionsplans ist es, „Massnahmen und Projekte in die Wege zu leiten, damit die Vorteile der Informationsgesellschaft allen Menschen in der Schweiz zugute kommen. Der Fokus liegt dabei auf der Integration von potentiell benachteiligten Bevölkerungsgruppen, die keinen oder ungenügenden Zugang zu den IKT haben, diese nicht kompetent zu nutzen wissen oder nicht bedürfnisgerecht in ihrem privaten und beruflichen Leben einsetzen können.“ (Digitale Integration Schweiz 2012, S. 1). Hierbei wird auch die Wichtigkeit des Internets für die Alltagsbewältigung im Alter betont: „Die wirkungsvolle Integration von IKT ins Sozial- und Gesundheitswesen sind eine Voraussetzung, um die Lebensqualität der älteren Bevölkerung in Zukunft punkto Prävention und Versorgung, aber auch selbständigem Wohnen bis ins hohe Alter gerecht zu werden“ (ebd. S. 4). Daher wird folgende Massnahme formuliert: „Internetferne ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen und Menschen mit Migrationshintergrund sind zu befähigen, die Möglichkeiten der IKT und der Social Media zu nutzen, um sich gemäss ihren Bedürfnisse zu organisieren und sich auszutauschen“ (ebd. S. 5).

Um den Zugang für alle zum Internet sicherzustellen, wurden in den Ländern unterschiedliche Massnahmen lanciert und durchgeführt. Diese Massnahmen haben als Zielgruppe die Personen, die das Internet bisher nicht nutzen. Ein wesentliches Ziel ist, die Nichtnutzer an das Internet zu führen und ihnen das Erlernen der technischen Anwendungen zu erleichtern. Ein weiterer Punkt, welcher sich insbesondere durch die vorliegenden Befragungsstudien gezeigt hat, ist die Betonung des Nutzen gains; nur wenn die Personen den direkten Nutzen in der Internetanwendung sehen, sind sie auch bereit, dieses zu erlernen und dann zu nutzen.

Neben der Fokussierung auf die Nachfrageseite und der Heranführung der bisherigen Offliner an das Internet und die Vermittlung von Kompetenzen im Umgang mit diesem Medium gibt es auch die Angebotsseite. Auf der Angebotsseite geht es beispielsweise um die Benutzerfreundlichkeit von Internetseiten (vgl. Darvishy & Seifert 2013⁸) oder die Handhabbarkeit von mobilen Hardware- oder assistierenden Wohnlösungen gerade für ältere Personen (vgl. Ambient Assisted Living Programme⁹).

In der Schweiz wurden in den letzten Jahren vor allem im Rahmen der Aktion eInclusion und der Aktion Ambient Assisted Living (AAL) unterschiedlich grosse Projekte und Massnahmen durchgeführt. Eine Auflistung der bestehenden Schweizer Projekte zu diesem Thema sind auf der Internetplattform eInclusion zu entnehmen¹⁰. Eine Auflistung der AAL-Projekte kann der offiziellen AAL-Webseite entnommen werden¹¹. Auch die vorliegende Studie kann als eine Massnahme zur Erfor-

⁸ <http://www.ageweb.ch>

⁹ <http://www.aal-europe.eu/>

¹⁰ <http://www.einclusion.ch/de/e-inclusion-ch/massnahmen-und-projekte.html>

¹¹ <http://www.aal-europe.eu/our-projects/>

schung des Themenbereichs und zur Eruiierung von repräsentativen Daten genannt werden. Daneben sollten aber auch niederschwellige Angebote von Seniorenorganisationen, Selbsthilfegruppen, Nachbarschaftshilfen oder informellen Gruppen nicht vergessen werden, die mit geringen finanziellen Ressourcen versuchen, das Internet der älteren Bevölkerung näher zu bringen.

Im Vergleich zur Befragungsstudie 2009 kann festgestellt werden, dass das Thema IKT im Alter immer noch ein relevantes Thema ist, gerade auch, weil weiterhin eine digitale Spaltung zu konstatieren ist, welche gewisse Massnahmen auch weiterhin erfordern. Da es zahlreiche kleinere, teilweise auch informelle und grössere Projekte rund um das Thema in den letzten 5 Jahren gegeben hat, ist es schwierig, hier eine systematische Gegenüberstellung darzustellen. Vielmehr zeigen u.a. die zahlreichen AAL-Projekte und Engagements z.B. von Pro Senectute, Seniorweb, CompiSternli, Seniorenorganisationen und Computerschulen, dass es einen Bedarf gibt, aber auch, dass der Umgang mit Technik im Alter auch in Zukunft ein aktuelles Thema bleibt, welches Massnahmen verlangt.

Aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie lässt sich herauslesen, dass das Internet bei den Onlinern einen Nutzen hervorruft, der von der Mehrheit der Offliner so nicht gesehen wird. Demnach ist die Formulierung des Nutzengewinns ein entscheidender Punkt bei allfälligen Massnahmen. Der Nutzen kann dabei unterschiedlich definiert sein, sei es ein direkter Nutzen durch die Aufrechterhaltung von Kommunikationswegen, oder ein eher indirekter Nutzen, welcher darin besteht, durch das Internet länger selbständig im eigenen Wohnraum zu leben. Demgegenüber steht die Einschätzung der Leichtigkeit der Nutzung. Werden weniger Schwierigkeiten und Hindernisse gesehen bzw. wird schnell erkennbar, dass diese Hindernisse überwindbar sind, wird das Internet eher genutzt. Dazu kommt die erhöhte Leichtigkeit der Nutzung durch angepasste und barrierefreie Webseiten und Nutzungsgeräte (Computer, Smartphone, Tablet-Computer). Gerade intuitiv zu bedienende mobile Endgeräte (Smartphone und Tablet-Computer) bieten hier vermutlich einen besseren und leichteren Einstieg als die Erlernung eines komplexen Betriebssystems auf einem Computer. Zur Definition der Leichtigkeit gehört auch die soziale und direkte Unterstützung durch das Umfeld. Wenn das soziale Umfeld zum Internet rät und auch beim Erlernen hilft, fällt die Beschäftigung mit dem Internet leichter. Neben dem Nutzen und der Leichtigkeit ist es vor allem die Einstellung zum Internet, welche eine Nutzung vorhersagt. Aussen vor, aber dennoch beeinflussende Faktoren sind die soziodemografischen (Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen) und persönlichen Merkmale (hier vorallem die Technikaffinität).

Neben den externen Faktoren sind es also vor allem die Faktoren „Nützlichkeit“, „Leichtigkeit“ und „Einstellung“ welche die Internetnutzung bedingen. Werden diese Grundbereiche als Grundlage verwendet, ist es einfacher, Massnahmen gezielt dem jeweiligen Bereich zuzuordnen. Demnach beeinflusst z.B. eine öffentliche Kampagne zur Aufklärung allfälliger Gefahren des Internets den Faktor „Einstellung“ und konkrete Verbesserungen von Webseiten den Punkt „Leichtigkeit“.

Neben den bisherig genannten Punkten sind folgende Bereiche bei der Formulierung von Massnahmen wichtig:

- Die Gruppe der Offliner ist in ihren Merkmalen und auch in den Einstellungen zum Internet sehr heterogen, daher sollten Massnahmen immer zielgruppenbezogene oder, noch besser, individuell angepasste Lösungen berücksichtigen.

- Eine gewisse Skepsis bzw. Angst vor Technik ist bei der Sensibilisierung für das Internet mit zu beachten, eine zu technische Sprache ist zu vermeiden, im Vordergrund sollte der Nutzen, nicht der technische Weg dazu stehen.
- Offliner, die eine überwiegend positive Einstellung zum Internet aufweisen, sind sicherlich mit weniger Massnahmen zur Internetnutzung animierbar als Offliner, die dem Internet ablehnend gegenüber stehen. Für erstere können z.B. bessere Gelegenheiten und gezielte Unterstützungen helfen, für die andere Gruppe müsste sich vorerst bei der Einschätzung des potenziellen Nutzens und beim Image des Internets etwas ändern.
- Das Aufzeigen des möglichen persönlichen Nutzens des Internets kann als anziehender Faktor genutzt werden.
- Onliner gaben an, dass sie beispielsweise Probleme mit dem Erlernen und die Angst vor technischen Problemen vor der Beschäftigung mit dem Internet deutlich grösser einschätzten als diese aktuell eine Schwierigkeit ist. Dies lässt vermuten, dass Offliner den Aufwand und die technischen Schwierigkeiten oftmals überschätzen. Hier wäre es sinnvoll, wenn Onliner Offlinen helfen, die Hindernisse realistischer einzuschätzen.
- Für Offliner sollte das soziale Umfeld als Ressource herangezogen werden, das heisst als Impulsgeber und informelle Unterstützung.
- Unterstützung und Kursangebote sollten auf die individuellen Bedürfnisse und Kompetenzen der jeweiligen Personen eingehen; gerade individualisierte Supports scheinen den besten Erfolg zu versprechen.

Detaillierte Massnahmen ausschliesslich aus den Befragungsdaten zu bestimmen, ist nicht das Ziel der Studie und auch nicht möglich; vielmehr sollen die bisher genannten Erkenntnisse dazu beitragen, allfällige weitere Empfehlungen zu planen.

Die Überwindung des digitalen Grabens wird nicht durch eine allein stehende Massnahme erreicht. Eher sollten die bereits bestehenden Projekte und Massnahmen weiterhin gefördert werden und dort ergänzt werden, wo es örtliche oder strukturelle Defizite in der Angebotspalette gibt. Da es „die Massnahme“ nicht geben kann, sollten individuelle Lösungen erarbeitet werden.

Auch fünf Jahre nach der ersten Befragungsstudie ist eine generelle Sensibilisierung für das Thema in der Gesellschaft zu fordern. Dies betrifft dann zum einen die NachfragerInnen, aber eben auch die Anbieter von digitalen Inhalten (Optimierung des Webangebots). Wichtig ist dabei, dass die Offliner mit einer desinteressierten Haltung gegenüber dem Internet nicht in eine Ecke gedrängt werden, nur weil sie das Internet nicht nutzen. Weiterhin sollten auch alternative Zugänge zu Informationen und Kommunikationswege für alle zugänglich und kostenbefreit bleiben.

Innerhalb der Befragungsstudie aus dem Jahr 2009 konnte eine Übersicht zu Massnahmenempfehlungen erarbeitet werden (siehe Schelling & Seifert 2010, S. 55). Da sich diese Liste in wesentlichen Punkten nicht geändert hat und diese Empfehlungen auch noch heute gelten, sollen die 12 Bereiche noch einmal aufgelistet werden (siehe Tab. 22).

Tab. 22: Massnahmenempfehlungen

Bereich	Empfehlungen
Sensibilisierung	Sensibilisierung der älteren Menschen, mit den neuen IKT-Möglichkeiten umzugehen und diese zu erlernen.
Ermutigung	Direkte und indirekte Ermutigung, eigene Bedürfnisse und Angebote des Internets zu vergleichen, um dadurch mögliche Nutzen zu erkennen.
Aktivierung sozialer Ressourcen	Aktivierung des sozialen Umfeldes als Ressource beim Erlernen des Internets.
Förderung von Schulungsangeboten	Bestehende und neue Schulungsangebote von verschiedenen (privaten oder nicht-privaten) Trägern durch finanzielle/strukturelle Mittel fördern. Ansatz: Niederschwellige, quartier-/gemeinde- und bedarfsorientierte Kursangebote in professioneller wie informeller Form.
Förderung von Ehrenamt	Aktivierung und Anerkennung/Ehrung von Personen, die freiwillig in ihrem sozialen Umfeld ältere Menschen beim Erlernen unterstützen. Ggf. Mentorenausbildung
Förderung von selbstorganisierten Seniorengruppen	Aktivierung und Förderung von Selbsthilfegruppen, die Senioren in ihrem Umfeld unterstützen. Gemeinsames Lernen als Grundmethode.
Benutzerfreundlichkeit	Sensibilisierung auf und Förderung von benutzerfreundlichen Applikationen und Internetangeboten
Finanzielle Erleichterungen	Finanzielle Erleichterung bei Internetanschlusskosten für Personen in materiell engen Verhältnissen
Ehrung von Projekten	Öffentliche Ehrung bestehender Projekte
Gemeinsamer Aktionsplan	Koordination und Informationsbündelung der bestehenden und neu installierten Projekte im Bereich IKT im Alter.
Forschung	Förderung der weiteren Erforschung des Themas IKT im Alter.
Garantie alternativer Zugänge	Garantie alternativer Zugänge (offline, über herkömmliche Kanäle) zu wichtigen Informationen und Dienstleistungen (vor allem öffentlicher Angebote, Service Public)

13 Schlussbemerkungen

Die Befragungsstudie konnte das in der Schweiz wissenschaftlich immer noch recht wenig beleuchtete Thema der Internetnutzung im Alter mit wichtigen repräsentativen Daten bereichern. Der direkte Vergleich mit der 2009 durchgeführten ersten Befragung zu diesem Thema zeigt auf, dass sich die Internetnutzung in den letzten 5 Jahren auch bei der Bevölkerungsgruppe der 65jährigen und älteren weiter verbreitet hat. Waren es 2009 noch 38 %, sind es nun 56 % der befragten Personen, die angaben, das Internet zu nutzen. Daran zeigt sich ein starker Anstieg der Nutzungszahlen innerhalb dieser Altersgruppe. Dennoch ist auch weiterhin eine „digitale Spaltung“ zwischen der Generation der unter und der über 65jährigen festzustellen. Diese Nutzungsunterschiede zeigen sich auch innerhalb der Altersgruppe der 65jährigen und Älteren; so nutzen Personen ab 80 Jahren deutlich seltener das Internet als Personen im Alter zwischen 65 und 75 Jahren. Die Gruppe der Onliner wie die Gruppe der Offliner sind beide sehr heterogen. Es gibt die intensiven InternetnutzerInnen, die GelegenheitsnutzerInnen und die Gruppe der seltenen NutzerInnen, welche noch zwischen On- und Off-Leben schwanken. Unter den Offlinern gibt es auch drei Untergruppen: Die Nutzungsplaner, die Ambivalenten und die Ablehnenden; jede der Untergruppe hat ihre Merkmale.

Auch wenn nun in der aktuellen Befragung im Gegensatz zur Erhebung 2009 in der befragten Gruppe mehr Onliner als Offliner vorhanden sind, zeigen sich ähnliche Merkmalsunterschiede zwischen den Untergruppen. Onliner waren und sind eher jene, welche jünger sind, eine gute Bildung und Einkommen haben und welche noch selbständig und gesund im Haushalt leben. Daneben sind Onliner auch eher an neuer Technik interessiert und dem Internet gegenüber positiv eingestellt. Auch geben sie weniger Schwierigkeiten im Umgang mit dem Internet an und sehen mehr direkten und indirekten Nutzen im Internet, als dies Offliner tun. Da sich die Merkmale zwischen Onlinern und Offlinern seit der letzten Befragung vor fünf Jahren nicht wesentlich geändert haben, ist davon auszugehen, dass die Internetnutzung zwar auch von soziodemografischen Merkmalen statistisch bedingt ist, aber umso wichtiger scheinen die personenbezogenen individuellen Faktoren „Nutzenerwartung“, „Leichtigkeit der Nutzung“ und „Einstellung zum Internet“. Auf die soziodemografischen Merkmale können allfällige Interventionen zur Unterstützung der Offliner und zur Heranführung an das Internet kaum eingehen und diese ändern, jedoch auf die eher „weichen“ Faktoren wie beispielsweise das Aufzeigen des persönlichen Nutzengewinns durch das Internet, die Erleichterung des Zugangs oder die Aufklärung möglicher Schwierigkeiten und Probleme mit der Internetnutzung. Gerade hier sollten geplante Massnahmen und Interventionen ansetzen und dabei auch immer die individuellen Bedürfnisse und Wünsche berücksichtigen, da die Gruppe der Offliner nicht homogen ist.

Die Befragungsstudie konnte auch zeigen, dass das Internet für einige der Onliner ein wichtiger Bestandteil für die Alltagsbewältigung ist. Sie sehen das Internet als Ressource, um länger selbständig im Alter zu leben. Darüberhinaus gibt das Internet den Personen auch mehr Einfluss auf ihr Leben und mehr Freiheit und Sicherheit in der Lebensgestaltung. Jedoch kann das Internet hier nur als ein Instrument verstanden werden, die Aufgabe der alltäglichen Bewältigung liegt bei jeder einzelnen Person. Da das Internet auch eine soziale Folge hat, kann daran gezeigt werden, dass sowohl einige Onliner als auch einige Offliner sich aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen bzw. fühlen würden, wenn sie das Internet nicht mehr nutzen könnten bzw. weil sie das Internet nicht nutzen.

Innerhalb der aktuellen Befragungsstudie konnte erstmals auch die Nutzung von Smartphones und Tablet-Computers sowie die Verwendung des mobilen Internets erforscht werden. Es zeigt sich, dass

etwa 1/3 der befragten Personen ein solches mobiles Gerät besitzt und dieses auch häufig verwenden, auch um damit unterwegs ins Internet zu gehen. Die Personen, welche das mobile Internet nutzen, gehören hauptsächlich der Gruppe der „Intensivnutzer“ an; dies bedeutet, sie nutzen nicht nur den klassischen Computer fast täglich, sondern auch die mobilen Endgeräte, um damit ins Internet zu gehen. Bei der mobilen Internetnutzung zeigen sich ähnliche beeinflussende Faktoren wie bei der allgemeinen Internetnutzung, vor allem spielen hier der proximale Nutzen und die Technikaffinität eine Rolle. Vielleicht kann gesagt werden, dass die Personen, welche heute das Smartphone in diesem Alter nutzen, zu den „Pionieren“ und „Early Adopters“ gehören, welche neue Technologie frühzeitig ausprobieren. Interessant wird daher die zukünftige Beobachtung, ob sich die Nutzungszahlen hier auch anpassen und in fünf Jahren die Mehrheit der Personen ab 65 Jahren auch das mobile Internet nutzt. Die Parallelen zu den Entwicklungslinien des allgemeinen Internets sind spürbar. Vielleicht ersetzen die mobilen Touch-Screen-Geräte bald die herkömmlichen eher stationären Geräte (Desktop-Computer und Notebooks).

Grundsätzlich sollte die gewollte Nichtnutzung des Internets durch ältere Personengruppen akzeptiert und vermieden werden, dass diese Personen von der Gesellschaft (und allfälligen allgemeinen Informationen) ausgeschlossen werden. Das Internet ist keine Lösung für soziale Probleme oder Isolation und sollte also nicht als Allheilmittel angepriesen werden, sondern es sollten auch weiterhin Alternativzugänge zu Informationen und Dienstleistungen (z.B. der klassische Bank- und Bahnschalter) erhalten bleiben. Die Zivilgesellschaft sollte für die Schwierigkeiten des Erlernens des Umgangs mit dem Computer und mit dem Internet für ältere Menschen sensibilisiert sein, damit die Offliner nicht als „Randgruppe der Gesellschaft“ aus dem Alltag ausgeschlossen werden.

Auch wenn in der Zukunft eine weitere Annäherung der Nutzungszahlen zwischen den Generationen zu erwarten ist, ist dennoch davon auszugehen, dass es immer einen Nutzungsunterschied zwischen älterer und jüngerer Bevölkerung geben wird. Immer neuere und teilweise „kompliziertere“ Techniken und Technologien werden den zukünftigen Alltag bestimmen und damit auch in Zukunft eine Herausforderung gerade für ältere Menschen bedeuten, womit das Thema „Technik und Alter“ auch weiterhin eine gesellschaftliche Aufgabe bleibt.

Literaturverzeichnis

- Backes, G., & Clemens, W. (2013). *Lebensphase Alter: eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Altersforschung*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Bengesser, & Tekster, T. (2013). *Senioren im Web 2.0: Beiträge zu Nutzung und Nutzen von Social Media im Alter*. München: kopaed.
- Bennett, J. (2011). Online Communities and the Activation, Motivation and Integration of Persons Aged 60 and Older. Retrieved from http://www.thirdageonline.eu/wp-content/uploads/2011/11/tao_preliminary_study_60_plus_literature_review_20111103.pdf
- Bertram, H. (2002). Die multilokale Mehrgenerationenfamilie. *Berliner Journal für Soziologie*, 12, 517-529.
- Best, S., & Engel, B. (2011). Alter und Generation als Einflussfaktoren der Mediennutzung. *Media Perspektiven*, 11, 525-542.
- BMFSFJ. (2005). *Fünfter Altenbericht der Bundesregierung*. Berlin: Bundesregierung. Retrieved from <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung3/Pdf-Anlagen/fuenfter-altenbericht,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>
- BFS. (2012). *Internet in den Schweizer Haushalten*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik (BFS).
- BFS. (2014). Informationsgesellschaft - Indikatoren. Retrieved from http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30103.301.html?open=308#308
- Claßen, K. (2012). *Zur Psychologie von Technikakzeptanz im höheren Lebensalter: Die Rolle von Technikgenerationen*. Dissertation. Universität Heidelberg, Heidelberg.
- Claßen, K., Oswald, F., Doh, M., Kleinemas, U., & Wahl, H.-W. (2014). *Umwelten des Alterns: Wohnen, Mobilität, Technik und Medien*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Compaine, B. M. (2001). *The digital divide: Facing a crisis or creating a myth?* Cambridge: MIT Press.
- Czaja, S. J., & Lee, C. C. (2007). The potential influence of the internet on the transition to older adulthood. In H. W. Wahl, C. Tesch-Römer, & A. Hoff (Eds.), *New dynamics in old age: individual, environmental, and societal perspectives* (pp. 239-252). Amityville: Baywood Publishing.
- Darvishy, A., & Seifert, A. (2013). *Altersgerechte Webseitengestaltung*. Winterthur: ZHAW. Retrieved from http://ageweb.ch/fileadmin/user_upload/documents/Altersgerechte_Webseitengestaltung_ZHAW.pdf
- Diekmann, A. (2002). Diagnose von Fehlerquellen und methodische Qualität in der sozialwissenschaftlichen Forschung. *Statistikkultur und Statistikmarkt in der Schweiz*, 63-78.
- Digitale Integration Schweiz. (2012). e-Inclusion. Nationaler Aktionsplan 2012-2015. Retrieved 05.01.2015, from http://www.einclusion.ch/images/stories/Aktionsplan2/aktionsplan_dt2.pdf
- Doh, M. (2011). Heterogenität der Mediennutzung im Alter. Theoretische Konzepte und empirische Befunde. *Gesellschaft-Altern-Medien*, 2.
- Doh, M. (2012). Mediennutzung und Partizipation an der modernen Medienwelt. In H.-W. Wahl, C. Tesch-Römer, & J. P. Ziegelmann (Eds.), *Angewandte Gerontologie: Interventionen für ein gutes Altern in 100 Schlüsselbegriffen* (pp. 582-588). Stuttgart: Kohlhammer Verlag.
- Erickson, J., & Johnson, G. M. (2011). Internet use and psychological wellness during late adulthood. *Canadian Journal on Aging*, 30(02), 197-209.
- Eurostat. (2014). Individuals - internet use. Retrieved 05.01.2015, from http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ci_ifp_iu&lang=en
- Friedberg, L. (2001). The impact of technological change on older workers: Evidence from data on computer use. NBER Working Paper. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w8297>
- Gerhards, M., & Mende, A. (2005). Die Offliner-eine homogene Gruppe der Internetverweiger-

- rer. *Media Perspektiven*, 3, 115-124.
- Geser, H. (2002). Towards a (Meta-) Sociology of the Digital Sphere. *Sociology in Switzerland: Towards Cybersociety and Vireal Social Relations*. Online Publikationen. Zuerich, http://socio.ch/intcom/t_hgeser13.pdf.
 - Hartung, A. (2012). Alter(n) als Gegenstand medienbezogener Forschung und Praxis in Deutschland. *Medien&Altern*, 1, 6-21.
 - Heo, J., Kim, J., & Won, Y.-S. (2011). Exploring the relationship between internet use and leisure satisfaction among older adults. *Activities, Adaptation & Aging*, 35(1), 43-54.
 - Hogeboom, D. L., McDermott, R. J., Perrin, K. M., Osman, H., & Bell-Ellison, B. A. (2010). Internet use and social networking among middle aged and older adults. *Educational Gerontology*, 36(2), 93-111.
 - Höpflinger, F. (2009). *Age Report 2009. Einblicke und Ausblicke zum Wohnen im Alter*. Zürich: Seismo.
 - Höpflinger, F., & Van Wezemael, J. (2014). *Wohnen im höheren Lebensalter: Grundlagen und Trends. Age Report III*. Zürich: Seismo.
 - Initiative D 21. (2010). *Digitale Gesellschaft – Die digitale Gesellschaft in Deutschland - Sechs Nutzertypen im Vergleich*. Berlin: TNS Infratest.
 - Initiative D 21. (2013). *D21-Digital-Index. Auf dem Weg in ein digitales Deutschland?! Berlin: Initiative D 21*. Retrieved from <http://www.initiatiived21.de/wp-content/uploads/2013/04/digitalindex.pdf>
 - Jakobs, E.-M., Lehnen, K., & Ziefle, M. (2008). *Alter und Technik. Eine Studie zur altersbezogenen Wahrnehmung und Gestaltung von Technik*. Aachen: Apprimus.
 - Kommission der Europäischen Gemeinschaften. (2007). *Wohltuendes Altern in der Informationsgesellschaft*. Brüssel: KOM. Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0332&from=DE>
 - Krampe, R. T. (2007). Wissenserwerb und Expertise. In J. Brandtstädter & U. Lindenberger (Eds.), *Entwicklungspsychologie der Lebensspanne. Ein Lehrbuch* (pp. 221-244). Stuttgart: Kohlhammer.
 - Kübler, H. D. (2012). Digital Immigrants, silver surfer - oder digital prudents? *Medien&Altern*, 1, 51-63.
 - Latzer, M., Just, N., Metreveli, S., Saurwein, F., Büchi, M., & Egi, J. (2013). *Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2013*. Retrieved 05.01.2015, from http://www.mediachange.ch/media/pdf/publications/Verbreitung_und_Bruchlinien_2013.pdf
 - Lelkes, O. (2013). Happier and less isolated: internet use in old age. *Journal of Poverty and Social Justice*, 21(1), 33-46.
 - Lindenberger, U., Lövdén, M., Schellenbach, M., Li, S.-C., & Krüger, A. (2011). Psychologische Kriterien für erfolgreiche Alterstechnologien aus Sicht der Lebensspannenkognition. In U. Lindenberger, J. Nehmer, E. Steinhagen-Thiessen, J. Delius, & M. Schellenbach (Eds.), *Altern und Technik* (pp. 17-33). Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft mbH.
 - Martin, M., & Kliegel, M. (2010). *Grundriss Gerontologie: Psychologische Grundlagen der Gerontologie* (3 ed.). Stuttgart: Kohlhammer.
 - Mollenkopf, H. (2012). Technik und Wohnen im Alter. In H.-W. Wahl, C. Tesch-Römer, & J. P. Ziegelmann (Eds.), *Angewandte Gerontologie: Interventionen für ein gutes Altern in 100 Schlüsselbegriffen* (pp. 224-232). Stuttgart: Kohlhammer Verlag.
 - Mollenkopf, H., & Kaspar, R. (2004). Technisierte Umwelten als Handlungs- und Erlebensräume älterer Menschen. In G. Backes, W. Clemens, & H. Künemund (Eds.), *Lebensformen und Lebensführung im Alter* (pp. 193-221). Berlin: Springer.
 - Olson, K. E., O'Brien, M. A., Rogers, W. A., & Charness, N. (2011). Diffusion of technology: Frequency of use for younger and older adults. *Ageing international*, 36(1), 123-145.
 - Pew Research. (2014). *Older Adults and Technology Use*. Washington: Pew Research.
 - Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the horizon*, 9(5), 1-6.
 - Rendant, M.-L. (2012). *Internet und Altwerden: «Silver Surfer» und «Best Ager» - Surfen im Senio-*

- renalter. Frankfurt: Peter Lang.
- Richter, D., Bannier, S., Glott, R., Marquard, M., & Schwarze, T. (2013). Are Internet and Social Network Usage Associated with Wellbeing and Social Inclusion of Seniors?—The Third Age Online Survey on Digital Media Use in Three European Countries. *Universal Access in Human-Computer Interaction. User and Context Diversity*, 8010, 211-220.
 - Sackmann, R., & Weymann, A. (1994). *Die Technisierung des Alltags: Generationen und technische Innovationen*. Frankfurt: Campus-Verlag.
 - Salthouse, T. A. (1996). The processing-speed theory of adult age differences in cognition. *Psychological review*, 103(3), 403.
 - Schelling, H. R., & Seifert, A. (2010). *Internet-Nutzung im Alter: Gründe der (Nicht-) Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz*. Zürich: Universität Zürich, Zentrum für Gerontologie.
 - Seifert, A., & Schelling, H. R. (2014). *Im Alter eine Sehbehinderung erfahren – oder mit einer Sehbehinderung das Alter erfahren. Lebensqualität und Lebensbedingungen von älteren Menschen mit einer Sehbehinderung. Schlussbericht*. Zürich: Universität Zürich, Zentrum für Gerontologie.
 - Seifert, A. (2013). *Internet am Arbeitsplatz. Wie schätzen Personen ab 50 Jahren die Relevanz von Computer- und Internetkompetenzen im Berufsleben ein? Schlussbericht*. Zürich: Universität Zürich, Zentrum für Gerontologie.
 - SeniorWatch. (2002). *Older People and Information Society Technology*. Bonn: European Senior-Watch Observatory and Inventory. Retrieved from http://www.seniorwatch.de/reports/D51_final.pdf
 - Spiro, E. (2005). *Ältere Menschen und Personalcomputer: Motive, besondere Probleme und Auswirkungen des Erstkontaktes mit dem PC im Nacherwerbsalter*. München: UTZ.
 - van Eimeren, B., & Frees, B. (2014). 79 Prozent der Deutschen online – Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild. *Media Perspektiven*, 7-8, 378-396.
 - Wagner, N., Hassanein, K., & Head, M. (2010). Computer use by older adults: A multi-disciplinary review. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 870-882.
 - World Bank. (2014). Internet users (per 100 people) in the world. Retrieved 05.01.2015, from <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2>
 - Zoch, A. (2009). *Mediennutzung von Senioren: eine qualitative Untersuchung zu Medienfunktionen, Nutzungsmustern und Nutzungsmotiven*. Münster: LIT Verlag.

ANHANG: Fragebogen

Befragung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien

Das Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich führt gemeinsam mit Pro Senectute in der ganzen Schweiz ein Forschungsprojekt zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien ab 65 Jahren durch. Wir bitten Sie, den Fragebogen sorgfältig auszufüllen und bedanken uns herzlich für Ihre Mitarbeit!

Hinweise zum Ausfüllen:

Bitte beantworten Sie jede Frage der Reihe nach, es sei denn, im Fragetext werde eine andere Anweisung gegeben. In der Regel ist pro Frage oder Aussage nur ein Feld anzukreuzen. In einigen Fällen können Sie mehrere Antworten ankreuzen; dies wird jeweils bei den einzelnen Fragen angegeben.

1. Bitte kreuzen Sie die Kästchen wie folgt an:



2. Sollten Sie eine bereits angekreuzte Antwort ändern wollen, können Sie die falsche Antwort einfach durchstreichen und die richtige ankreuzen:



3. Sollen Sie ein freies Feld selber ausfüllen, wird dies durch ein Bleistift-Symbol angezeigt:



1 Kommen wir zuerst zu einigen Aussagen zu Technik allgemein. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr Sie selber die darin enthaltene Aussage ablehnen oder zustimmen. 1 bedeutet dabei "lehne völlig ab", 5 "stimme völlig zu", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) lehne völlig ab	(2)	(3)	(4)	(5) stimme völlig zu	weiss nicht
Der technische Fortschritt muss immer weiter gehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2 Besitzen Sie in Ihrem Haushalt eines oder mehrere der folgenden elektronischen Geräte?

	Ja	Nein	weiss nicht
Fernseher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festnetz-Telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smartphone (Erläuterung: mit Internetzugang, in der Regel mit Touchscreen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Normales Mobiltelefon (also kein Smartphone)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tablet-Computer (z.B. iPad, Samsung Galaxy Tab)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stationärer Computer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Notebook, Laptop (tragbarer Computer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 Haben Sie analoges oder digitales Fernsehen?

Analoges Fernsehen	Digitales Fernsehen	Gar kein Fernsehen	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

Falls "analog": Bitte noch **Frage 4** zusätzlich beantworten

4 Nur für Personen mit analogem Fernsehen: Was ist für Sie der Hauptgrund dafür, dass Sie noch nicht auf das digitale Fernsehen umgestiegen sind? Sie können bis zu drei Gründe angeben.

Hauptgrund	<input type="text"/>	weiss nicht	<input type="checkbox"/> 8
Zweiter möglicher Grund	<input type="text"/>		
Dritter möglicher Grund	<input type="text"/>		

5 Wer ist Ihr TV-Anbieter? Bitte nur eine Nennung (hauptsächlicher Anbieter).

Hauptsächlicher TV-Anbieter	weiss nicht
UPC Cablecom <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Lokales Kabelnetzunternehmen <input type="checkbox"/> 2	
Swisscom <input type="checkbox"/> 3	
Sunrise <input type="checkbox"/> 4	
Satelliten-TV <input type="checkbox"/> 5	
Web-TV (z.B. Teleboy, Zattoo, Wilmaa) <input type="checkbox"/> 6	
Antennen-TV (nur ca. 5 Sender) <input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 88
Anderes <input type="checkbox"/> 8	


6 Was ist Ihnen bei einem Mobiltelefon / Smartphone am wichtigsten? Bitte nur die drei wichtigsten Aspekte markieren!

1. wichtiger Aspekt (Bitte nur ein Aspekt pro Spalte ausfüllen!)	2. wichtiger Aspekt	3. wichtiger Aspekt
Grosse Tasten / Tastenfeld <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Ausreichend grosses Display <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Einfache Bedienung und Benutzung <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Ansprechendes Design <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Zuverlässigkeit <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Handliche Grösse <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Auch mit Einschränkungen (wie z.B. Hörgerät) nutzbar <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Ausreichend viele Applikationen <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Marke bzw. Hersteller <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Preis <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Anderes <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

7 Sagen Sie uns bitte, wie häufig Sie die folgenden Medien / Geräte privat nutzen. Dabei haben Sie die Auswahl zwischen "täglich", "mindestens 1 mal pro Woche", "mindestens 1 mal pro Monat", "seltener" oder "nie".

	täglich	mindestens 1 mal pro Woche	mindestens 1 mal pro Monat	seltener	nie	weiss nicht
Radio <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
Fernsehen <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
Tageszeitungen <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
Festnetz-Telefon <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
Smartphone (Erläuterung: mit Internetzugang, in der Regel mit Touchscreen) <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
Normales Mobiltelefon (also kein Smartphone) <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
Tablet-Computer <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
Briefe schreiben <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	

- 8 Falls Sie Probleme mit elektronischen Geräten wie z.B. dem Fernseher, dem Mobiltelefon oder dem Computer haben: An wen wenden Sie sich in der Regel? Bitte nur drei Personengruppen auswählen!

	1. Ansprechperson (Bitte nur ein Aspekt pro Spalte ausfüllen!)	2. Ansprechperson	3. Ansprechperson
Partnerin / Partner	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Kinder	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Bekannte / Verwandte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Nachbarin / Nachbar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Fachhandel (Sie gehen ins Fachgeschäft)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Fachperson die zu Ihnen nach Hause kommt	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Kabelnetzunternehmen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Mobilfunk-Anbieter	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Seniorenorganisationen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Selbsthilfegruppen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Internet (Suche im Internet nach Lösungen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Niemanden, löse Probleme selber	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Andere _____ 	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

- ## 9 Haben Sie schon einmal das Internet genutzt?

	Ja	Nein	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 Falls "nein":	<input type="checkbox"/> 8

- 10 Wie oft haben Sie selber das Internet im Durchschnitt in den letzten 6 Monaten genutzt?

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet schon einmal genutzt haben!

taglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat	seltener	nie	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

Falls "nie-";
Weiter mit
Frage 18
(auf Seite 10)

- 11 Wissen Sie noch ungefähr, seit wann Sie das Internet insgesamt nutzen? Bitte geben Sie dazu an, seit wie vielen Jahren Sie selber das Internet nutzen. (Eine grobe Schätzung reicht)

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

Seit _____ Jahren

- 12 Wofür haben Sie in den letzten 3 Monaten das Internet genutzt? Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie diese Möglichkeit selber nur stationär am Computer, nur mit einem Mobilgerät (Smartphone oder Tablet-Computer) oder mit beidem genutzt haben. Falls Sie diese Möglichkeit in den letzten 3 Monaten nicht genutzt haben, geben Sie bitte an, ob Sie diese Möglichkeit interessant oder nicht interessant finden.

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

Bitte alles zutreffende ankreuzen!

	genutzt	nicht genutzt	weiss nicht
	Am Computer / Laptop	Auf einem Mobilgerät	aber interessant
Senden und Empfangen von E-Mails	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Chatten ("schriftlich telefonieren") oder telefonieren über das Internet (z.B. Skype)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Fahrpläne oder Fahrzeiten von öffentlichen Verkehrsmitteln (SBB, etc.) im Internet abrufen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Digitales Fernsehen (z.B. Zattoo, Wilmaa)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Radio hören oder Videos (Streaming, nicht live) sehen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Herunterladen von Musik, Bildern oder Spielen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Internet-Banking und andere Finanzdienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Kauf von Waren und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1

(Fortsetzung Frage 12)

	genutzt		nicht genutzt		
	Am Computer / Laptop	Auf einem Mobilgerät	aber interessant	und nicht interessant	weiss nicht
Verkauf von Waren oder Dienstleistungen (z.B. Ebay, Ricardo)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Teilnahme an einem Internetforum (über verschiedene Themen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Teilnahme in sozialen Netzwerken (z.B. Facebook, Twitter, LinkedIn)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche auf den Internetseiten von Ämtern oder Behörden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche über Gesundheitsthemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche über Reisen und Unterkünfte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Sonst allgemeine Informationen im Internet suchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8
Navigation (z.B. Google Maps)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 8

13 Oft muss man bei der Nutzung des Internets verschiedene Schwierigkeiten überwinden. In der nachfolgenden Liste sehen Sie mögliche Schwierigkeiten bei der Benutzung des Internets. Geben Sie bitte jeweils an, ob dies für Sie selber "aktuell eine Schwierigkeit" ist oder früher "einmal eine Schwierigkeit war, aber jetzt nicht mehr" ist oder "nie eine Schwierigkeit war".

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

	Ja, ist aktuell eine Schwierigkeit	War früher eine Schwierigkeit, jetzt nicht mehr	Nie eine Schwierigkeit	weiss nicht
Zu hohe Kosten für Internetanschluss und Geräte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Die Benutzung der Internet-Programme ist zu kompliziert	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Nicht genügend Zeit zur Nutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8

(Fortsetzung Frage 13)

	Ja, ist aktuell eine Schwierigkeit	War früher eine Schwierigkeit, jetzt nicht mehr	Nie eine Schwierigkeit	weiss nicht
Unanständige Inhalte im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Sicherheitsbedenken im Internet (Datensicherheit, Internetkriminalität)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Angst vor technischen Problemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Schwierigkeiten mit dem Sehen oder Hören	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Probleme mit den Fingern oder der Hand, die eine Bedienung des Computers erschweren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Probleme mit dem Gedächtnis bei der Benutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Zu hoher Aufwand beim Erlernen der Anwendung des Internets	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Fehlende Unterstützung beim Umgang mit dem Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Geringe Glaubwürdigkeit der Informationen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8

14 Die Benutzung des Internets kann sich ja an verschiedenen Geräten ein wenig unterscheiden. Geben Sie bitte zu jedem Kriterium an, welches dieser Geräte, nämlich Computer, Tablet-Computer und Smartphone, diese Kriterien am besten erfüllt. Egal ob Sie das Gerät selber haben oder nicht. Sie können auch angeben, dass der Aspekt auf allen drei Geräten in etwa gleich erfüllt ist oder bei keinem der drei Geräte erfüllt ist.

	Am besten bei Computer / Laptop	Am besten bei Tablet-Computer	Am besten bei Smartphone	Etwas gleich überall	Keiner der drei Geräte erfüllt dies	weiss nicht
Handhabung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Geringe Kosten (Gerät und Abo)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Datensicherheit	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Nutzung mit Seh- oder Höreinbussen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Beeinträchtigungen der Finger	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

15 Wo haben Sie in den letzten 6 Monaten das Internet überall genutzt: „zu Hause“ oder „unterwegs (mobil)“ oder „am Arbeitsplatz“ oder „bei Familienangehörigen“ oder „bei Freunden oder Bekannten“ oder „woanders“?

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

	Ja	Nein	weiss nicht
Zu Hause	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Unterwegs mit Smartphone oder Tablet-Computer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Am Arbeitsplatz (auch bei organisierter Freiwilligenarbeit, Ehrenamt)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Bei Familienangehörigen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Bei Freunden oder Bekannten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Woanders	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

16 Nur wenn Sie das Internet unterwegs nutzen: Da Sie das Internet auch unterwegs mit dem Smartphone oder dem Tablet-Computer nutzen, möchten wir Ihnen gerne hierzu noch zwei Zusatzfragen stellen. Wie oft haben Sie selber das Internet im Durchschnitt in den letzten 6 Monaten mobil (also unterwegs) genutzt?

	täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat	seltener	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 8

17 Nur wenn Sie das Internet unterwegs mit dem Smartphone nutzen: Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze an, ob Sie „eher ablehnen“ oder „eher zustimmen“, ohne lange nachzudenken.

	lehne eher ab	stimme eher zu	weiss nicht
Mein Smartphone gibt mir auch unterwegs ein Gefühl von Sicherheit. Z.B. Erreichbarkeit im Fall der Fälle oder Hilfe rufen können	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Mein Smartphone ist mein ständiger Begleiter	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Mit meinem Smartphone kann ich meinen Alltag gut organisieren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

Wenn Sie das Internet nutzen: Bitte direkt weiter zu Frage 20!

Die Fragen 18 und 19 bitte nur beantworten, wenn Sie das Internet nicht nutzen!
Danach bitte alle weiter bei Frage 20!

18 Es gibt ja vielseitige Anwendungsmöglichkeiten im Internet. Geben Sie bitte anhand der folgenden Liste möglicher Aktivitäten im Internet an, ob dies für Sie „interessant“ oder „nicht interessant“ wäre.

	wäre interessant	wäre nicht interessant	weiss nicht
Senden und Empfangen von E-Mails	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Chatten ("schriftlich telefonieren") oder telefonieren über das Internet (z.B. Skype)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Fahrpläne oder Fahrzeiten von öffentlichen Verkehrsmitteln (SBB, etc.) im Internet abrufen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Digitales Fernsehen (z.B. Zattoo, Wilmoo)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Radio hören oder Videos sehen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Herunterladen von Musik, Bildern oder Spielen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Internet-Banking und andere Finanzdienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Kauf von Waren und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Verkauf von Waren und Dienstleistungen (z.B. Ebay, Ricardo)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Teilnahme an einem Internetforum (über verschiedene Themen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Teilnahme in sozialen Netzwerken (z.B. Facebook, Twitter, LinkedIn)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche auf den Internetseiten von Ämtern oder Behörden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

(Fortsetzung Frage 18)

	wäre interessant	wäre nicht interessant	weiss nicht
Informationssuche über Gesundheitsthemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche über Reisen und Unterkünfte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Sonst allgemeine Informationen im Internet suchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Navigation (z.B. mit Google Maps)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Mobil ins Internet gehen (mit dem Smartphone oder Tablet-Computer)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

19 Es gibt ja verschiedene Gründe das Internet nicht zu nutzen. Was sind für Sie persönlich Gründe, das Internet nicht zu nutzen? Nachfolgend sehen Sie eine Liste mit möglichen Gründen. Geben Sie bitte jeweils an, ob dies für Sie persönlich "ein Grund" oder "kein Grund" ist, das Internet nicht zu nutzen.

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nicht nutzen!

	ein Grund	kein Grund	weiss nicht
Zu hohe Kosten für Internetanschluss und Geräte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Die Benutzung der Internet-Programme ist zu kompliziert	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Nicht genügend Zeit zur Nutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Unanständige Inhalte im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Sicherheitsbedenken im Internet (Datensicherheit, Internetkriminalität)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Angst vor technischen Problemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Schwierigkeiten mit dem Sehen oder Hören	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

(Fortsetzung Frage 19)

	kein Grund	kein Grund	weiss nicht
Probleme mit den Fingern oder der Hand, die eine Bedienung des Computers erschweren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Probleme mit dem Gedächtnis bei der Benutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Zu hoher Aufwand beim Erlernen der Anwendung des Internets	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Fehlende Unterstützung beim Umgang mit dem Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Geringe Glaubwürdigkeit der Informationen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Sie sehen keinen Nutzen darin	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Eine andere Person ruft für Sie Informationen im Internet ab	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

Die folgenden Fragen richten sich an alle.

20 Im Folgenden geht es nun um allgemeine Meinungen zum Internet. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr die darin enthaltene Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. 1 bedeutet dabei "trifft gar nicht zu", 5 heisst "trifft völlig zu". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) trifft gar nicht zu	(2)	(3)	(4)	(5) trifft völlig zu	weiss nicht
Ich befürchte, dass ich vom Internet abhängig werde	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet erspart viel Lauferei	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet ist anregend und faszinierend	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

(Fortsetzung Frage 20)

	(1) trifft gar nicht zu	(2)	(3)	(4)	(5) trifft völlig zu	weiss nicht
Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet ist Zeitverschwendung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Auch die "ältere Generation" sollte das Internet nutzen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet ermöglicht es mir im Alter länger selbstständig zu bleiben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Die Verwendung des Internets gibt mehr Einfluss auf das eigene Leben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Die Verwendung des Internets gibt mehr Sicherheit im Leben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Die Verwendung des Internets gibt mehr Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

21 Falls Sie das Internet nutzen: Würden Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen, wenn Sie das Internet nicht mehr nutzen könnten?

Falls Sie das Internet nicht nutzen: Fühlen Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen, weil Sie das Internet nicht nutzen?

	Ja	Nein	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

22 Haben Sie eigentlich vor dem AHV-Alter den Computer insgesamt "viel", "wenig" oder "gar nicht" genutzt?

	viel	wenig	gar nicht	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8

23 Wie schätzen Sie Ihre Internetkenntnisse ein (egal ob Sie das Internet nutzen oder nicht)? Die nachfolgende Liste enthält verschiedene Aussagen dazu. Geben Sie bitte an, welche Aussage davon für Sie zutrifft. Bitte nur eine Antwort ankreuzen

	Ich kenne mich mit dem Internet überhaupt nicht aus	<input type="checkbox"/> 1	Ich habe fortgeschrittene Internetkenntnisse	<input type="checkbox"/> 4
	Ich habe Anfängerkenntnisse	<input type="checkbox"/> 2	Ich bin Internetexperte	<input type="checkbox"/> 5
	Ich habe ganz ordentliche Grundkenntnisse	<input type="checkbox"/> 3		<input type="checkbox"/> 8

24 Haben Sie schon einmal eine Schulung zur Nutzung des Internets besucht?

	Ja	Nein	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

25 Geben Sie bitte auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie stark das Internet Ihrer Meinung nach von folgenden Personen oder Gruppen mehrheitlich genutzt wird. 1 bedeutet dabei "gar nicht", 5 "sehr stark", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) gar nicht	(2)	(3)	(4)	(5) sehr stark	Personen nicht vorhanden	weiss nicht
Ihr/e Lebenspartner/in	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Kinder	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Enkel	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Geschwister	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihr Freundeskreis	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8

26 Geben Sie bitte auf einer Skala von 1 bis 5 an, ob und wie stark die folgenden Personen oder Gruppen Ihnen mehrheitlich zur Nutzung des Internets raten oder davon abraten. 1 bedeutet dabei "raten sehr davon ab", 5 "raten sehr dazu", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) raten sehr ab	(2)	(3)	(4)	(5) raten sehr dazu	Personen sagen nichts dazu	Personen nicht vor- handen	weiss nicht
Ihr/e Lebenspartner/in	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Kinder	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Enkel	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Geschwister	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihr Freundeskreis	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8

15

16

27 Was denken Sie: Werden Sie selber in Zukunft das Internet (weiterhin resp. neu) nutzen?

	Ja	Nein	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

28 Nun folgen noch ein paar Aussagen zu Ihrer Lebenssituation. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr die darin enthaltene Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. 1 bedeutet dabei "trifft gar nicht zu", 5 "trifft völlig zu", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) trifft gar nicht zu	(2)	(3)	(4)	(5) trifft völlig zu	weiss nicht
Ich fühle mich in meinem privaten Haushalt noch sehr selbständig	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Ich bin im Alltag viel auf die Hilfe von anderen angewiesen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Ich fühle mich noch immer frisch und voller Lebensmut	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Ich fühle mich sehr alt	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Für die nächsten Jahre habe ich schon allerlei Pläne	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Manchmal fühle ich mich allein gelassen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
In meinem Leben gibt es mehr Freude als Sorgen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Meine Gesundheit ist für mein Alter noch sehr gut	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

Zum Schluss noch einige Fragen zur Person, die wir für die statistische Auswertung brauchen.

männlich	weiblich	weiss <i>nicht</i>
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

30 Wann sind Sie geboren? Geben Sie bitte nur das Jahr Ihrer Geburt an.

Geburtsjahr: **19** 

31 Dürfen wir Sie fragen, welches Ihr Zivilstand ist?

ledig	verheiratet oder aktuell in Partner- schaft	verwitwet	geschieden oder getrennt lebend	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5


32 Was ist Ihre Staatsangehörigkeit? Sind Sie Schweizer/in oder haben Sie eine andere Staatsangehörigkeit?

Schweizer/in	Andere, nämlich:	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	 _____	<input type="checkbox"/> 8888

33 In welcher Haushaltsform wohnen Sie?

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.	
Privathaushalt	<input type="checkbox"/> 1
Altersheim	<input type="checkbox"/> 2
Pflegeheim	<input type="checkbox"/> 3
Kombiniertes Alters- und Pflegeheim	<input type="checkbox"/> 4
Altersresidenz	<input type="checkbox"/> 5
Wohnung in einer Alterssiedlung	<input type="checkbox"/> 6
Wohngemeinschaft	<input type="checkbox"/> 7
Andere Form	<input type="checkbox"/> 8

34 Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?

Personenzahl: (insgesamt im Haushalt) 
(Falls Sie in einem Heim wohnen: Anzahl Personen im Ihrem Zimmer)

weiss
nicht ☐ 8888

35 Welche war die letzte Schule/Ausbildung, die Sie besucht haben?

Bitte nur die höchste (Schul-) Ausbildung ankreuzen!

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.

Primarschule	<input type="checkbox"/> 1
Sekundar-/Real-/Bezirksschule	<input type="checkbox"/> 2
Berufsschule / Lehre	<input type="checkbox"/> 3
Mittelschule / Gymnasium	<input type="checkbox"/> 4
Seminar / Technikum / HTL / HWV	<input type="checkbox"/> 5
Universität / ETH / Hochschule / HSG / Polytechnikum	<input type="checkbox"/> 6

weiss
nicht ☐ 8

36 Was war Ihre berufliche Hauptbeschäftigung im Alter zwischen 50 und 60 Jahren? Wahren Sie "voll erwerbstätig", "Teilzeit erwerbstätig" oder "nicht erwerbstätig" (auch früh-pensioniert)?

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.

Voll erwerbstätig	<input type="checkbox"/> 1
Teilzeit erwerbstätig	<input type="checkbox"/> 2
Nicht erwerbstätig (auch frühpensioniert)	<input type="checkbox"/> 3

weiss
nicht ☐ 8

37 Haben Sie Kinder? (auch wenn erwachsen oder bereits verstorben)

Ja	<input type="checkbox"/> 1	Nein	<input type="checkbox"/> 2
----	----------------------------	------	----------------------------

weiss
nicht ☐ 8

Falls Ja, wie viele Kinder haben Sie?

Kinderanzahl: 

weiss
nicht ☐ 8888

38 Wie gross ist ungefähr das monatliche Brutto-Einkommen Ihres Haushalts? Gemeint ist damit alles inklusive, auch AHV, Pension, Zinserträge usw. aller Personen im Haushalt zusammen, vor Steuern.

Angaben in Schweizer Franken (CHF)	Bitte nur eine Antwort ankreuzen.
Bis 1000.-	<input type="checkbox"/> 1
1001.- bis 1500.-	<input type="checkbox"/> 2
1501.- bis 2000.-	<input type="checkbox"/> 3
2001.- bis 2500.-	<input type="checkbox"/> 4
2501.- bis 3000.-	<input type="checkbox"/> 5
3001.- bis 4000.-	<input type="checkbox"/> 6
4001.- bis 5000.-	<input type="checkbox"/> 7
5001.- bis 6000.-	<input type="checkbox"/> 8
6001.- bis 8000.-	<input type="checkbox"/> 9
8001.- bis 10'000.-	<input type="checkbox"/> 10
über 10'000.-	<input type="checkbox"/> 11

weiss
nicht ☐ 88

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

Bitte stecken Sie den ausgefüllten Fragebogen in das beiliegende, bereits frankierte Couvert und senden Sie dieses zurück an:

M.I.S. Trend SA
Pont-Bessières 3
1005 Lausanne



Pro Senectute ist die grösste Fach- und Dienstleistungsorganisation der Schweiz und berät Seniorinnen und Senioren kostenlos in über 130 Beratungsstellen schweizweit. Mit vielfältigen Dienstleistungen und spezifischen Angeboten unterstützen 1'000 Mitarbeitende und 15'000 Freiwillige die ältere Bevölkerung in allen Belangen rund um das Alter. Über eine halbe Million Menschen im Pensionsalter sowie deren Angehörige nutzen die Angebote.

Die Studie kann online bestellt werden unter:
www.pro-senectute.ch/shop

Spendenkonto: PC 87-500301-3
www.pro-senectute.ch